



Plan De Negocios Para El Montaje De Una Empresa De Confección De Ropa Infantil Ubicada
En La Ciudad De Cúcuta

plan de negocio

DARLY JOHANA BOLIVAR GONZALEZ
CC1.094.240.303

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
Administración de Empresas
Gestión Empresarial
San José de Cúcuta, 10 de noviembre del 2023



Plan De Negocios Para El Montaje De Una Empresa De Confección De Ropa Infantil Ubicada
En La Ciudad De Cúcuta

Plan de Negocio

DARLY JOHANA BOLIVAR GONZALEZ
CC1.094.240.303

Trabajo de Grado para optar al título de
Tecnólogo en Gestión Empresarial

DIRECTOR
HECTOR GUILLERMO MORENO JEREZ

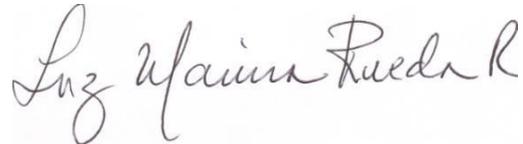
Grupo de investigación E-INNOVARE

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
Administración de Empresas
Gestión Empresarial
San José de Cúcuta, 10 de noviembre del 2023

Nota de Aceptación

Aprobado en cumplimiento de
los requisitos exigidos por las
Unidades Tecnológicas de Santander
para optar al título de Tecnólogo en Gestión Empresarial
según acta del Comité de Trabajo de Grado
número 014 del día 21 del mes de noviembre del año 2023

Evaluador: Luz Marina Rueda Rueda



Firma del Evaluador



Firma del Director

Dedicatoria

Dedico este trabajo a quienes de manera abnegable han confiado en mis capacidades y siempre he recibido de ellos el apoyo tanto económico como emocional para poder cumplir mis ideales, a mi Abuela Carmen, quien con sus esfuerzos y sacrificios ha contribuido en la persona que soy, a mi Esposo Ronal Páez, quien con su apoyo incondicional entre muchas dificultades me ha enseñado a vencer obstáculos conseguir triunfos, a ellos dedico la mayor parte de este trabajo.

Agradecimientos

Se otorga un reconocido agradecimiento aquellas personas y entidades que, con su contribución, ha sido posible adelantar y llevar a cabo este proyecto, en primer lugar, al Abogado Ronal Páez Wilches, quien ha brindado la respectiva orientación y asesoría en temas legales para la constitución de esta empresa, a la cámara de Comercio de Cúcuta, quien por intermedio de esta se ha podido evidenciar el nivel de escasez de esta industria en nuestra Ciudad.

Tabla De Contenido

Resumen Ejecutivo	10
Introducción	11
Descripción Del Trabajo De Investigación	14
Planteamiento Del Problema.....	14
Justificación	14
Objetivos	15
Estado Del Arte	16
Marco referencial	16
Marco Teórico	16
Marco Conceptual.....	44
Marco Legal	49
Diseño De La Investigación	50
Etapa 1: Estudio de Mercado.....	50
Etapa 2: Análisis Técnico.....	51
Etapa 3: Aspectos Organizativos y Administrativos.....	51
Etapa 4: Evaluación Financiera y Económica	51
Indicadores y Métodos de Evaluación Económica.....	52
Desarrollo Del Trabajo De Grado	53
Estudio de mercado	53
Aspectos técnicos	53
Tecnología a Usar.....	54
Proceso de Manufactura	55
Perfil de Operarios:.....	56
Especificaciones Técnicas de Máquinas y Equipos	57
Aspectos Organizativos y administrativos	57
Evaluación financiera y económica	59
Flujos de Caja y Demanda:.....	59
Costos y Gastos:.....	60
Indicadores y Métodos de Evaluación Económica:.....	60
Evaluación Ambiental de la empresa	61

Resultados	61
Estudio de mercado	61
Demanda Potencial y Real:	75
Precios	76
Aspectos Técnicos	78
Capacidad de Producción de la Empresa:	84
Aspectos Organizativos y administrativos	90
Estructura Organizativo	90
Manual de Funciones:.....	93
Evaluación Financiera y Económica.....	93
Evaluación Ambiental y Social	96
Conclusiones	100
Recomendaciones.....	104
Referencias Bibliográficas.....	106
Apéndices.....	110
Anexos	116

LISTA DE FIGURAS

Ilustración 1	62
Ilustración 2	63
Ilustración 3	63
Ilustración 4	64
Ilustración 5	65
Ilustración 6	65
Ilustración 7	66
Ilustración 8	67
Ilustración 9	68
Ilustración 10	69
Ilustración 11	70
Ilustración 12	71
Ilustración 13	72
Ilustración 14	73
Ilustración 15	74
Ilustración 16	75
Ilustración 17	79
Ilustración 18	80
Ilustración 19	80
Ilustración 20	81
Ilustración 21	82
Ilustración 22	82
Ilustración 23	86
Ilustración 24	87
Ilustración 25	88
Ilustración 26	89
Ilustración 27	90
Ilustración 28	92

Lista de Tabla

Tabla 1 Marco Legal	49
Tabla 2 Maquinas y tecnología	54
Tabla 3 Inversiones en máquina, fuente: estudios de mercadeo.....	78
Tabla 4 Costos y gastos, Fuente: estudios económico realizados	84
Tabla 5 Flujo de caja.....	93
Tabla 6 Plan de manejo Ambiental, fuente ISO 14001	98

Resumen Ejecutivo

El objetivo general de este proyecto fue diseñar un plan de negocios para establecer una empresa de confección de ropa infantil en la ciudad de Cúcuta, centrada en la innovación y la diferenciación de diseños. La metodología se sustenta en un estudio de mercado bajo la aplicación de dos encuestas, el cual usa se complementa con una serie de análisis técnicos, administrativos, financieros y ambientales. El tipo de investigación que se lleva a cabo para este plan de negocios se basa principalmente en una investigación de mercado y viabilidad del negocio abordado. Por su parte, el método se sostiene en la ejecución del estudio de mercado y los análisis mencionados con antelación. Después del proceso llevado a cabo, los resultados del estudio de mercado revelan que existe una demanda potencial significativa para la ropa infantil en Cúcuta, especialmente entre madres jóvenes, entre 25 y 44 años. La preferencia se inclina hacia la ropa casual y deportiva. La competencia es limitada, lo que brinda oportunidades para la diferenciación. El análisis financiero muestra un margen de beneficio del 10%, lo que sugiere la viabilidad financiera del proyecto. La tasa interna de retorno (TIR) es del 15%. En cuanto a la gestión ambiental y social, la empresa se compromete a implementar un Plan de Manejo Ambiental y una Propuesta de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Esto incluye medidas para minimizar el impacto ambiental y contribuir positivamente a la comunidad local a través de la generación de empleo y el apoyo a organizaciones benéficas.

PALABRAS CLAVE. Confección textil infantil, niñas, niños, moda, comercio.

Introducción

La empresa de confección de ropa infantil que se propone establecer en la ciudad de Cúcuta tiene como objetivo fundamental diseñar un plan de negocios basado en la innovación y la diferenciación de los diseños de las prendas de vestir. Con el fin de alcanzar este objetivo general, se han delineado una serie de objetivos específicos que abarcan diferentes áreas clave del proyecto.

En primer lugar, se busca desarrollar un exhaustivo estudio de mercado que permita identificar las necesidades específicas del entorno. Para lograr esto, se aplicará el modelo de Porter, lo que proporcionará una perspectiva sólida de las posibilidades de éxito del proyecto. Este análisis de mercado incluirá encuestas tanto al gremio de comerciantes como a los habitantes que suelen comprar ropa infantil. Estas encuestas revelaron datos demográficos significativos, como la edad de los consumidores, género y si tienen hijos. Además, se evaluó su comportamiento de compra, lugares preferidos para adquirir ropa infantil y factores importantes al realizar una compra. Los resultados indican que existe una demanda constante en el mercado y se identificaron preferencias claras en cuanto a tipo de ropa y colores.

El estudio de mercado también incluyó la visita a fábricas y centros de producción locales, lo que permitió estimar la cantidad de tiendas especializadas en ropa infantil en Cúcuta y conocer las tendencias actuales en la compra de ropa infantil, como la preferencia por colores brillantes y diseños con personajes de dibujos animados populares. En cuanto a la demanda potencial y real, se determinó que la mayoría de los consumidores potenciales son mujeres de entre 25 y 44 años con hijos. Esto sugiere un mercado sólido para la ropa infantil. La mayoría de los

consumidores compran ropa infantil trimestral o anualmente en tiendas físicas, lo que indica una demanda real estable.

Por parte del análisis de precios reveló que el precio es un factor crucial para el 40% de los consumidores, lo que resalta la importancia de una estrategia de precios competitivos y atractivos. En cuanto a los canales de comercialización, se observó que el 70% de los encuestados prefieren comprar en tiendas físicas, lo que subraya la importancia de tener una presencia física en zonas comerciales concurridas.

Por su parte, la estrategia de mercado se centró en ofrecer productos de alta calidad a precios competitivos, con un surtido diverso que refleje las preferencias de los consumidores. La ubicación estratégica en zonas comerciales concurridas y la diferenciación a través de prendas de diseño exclusivo y conjuntos a juego fueron clave para destacar en un mercado competitivo. Además, se aprovechó el marketing en línea para atraer a clientes que buscan comodidad y variedad en la compra de ropa infantil.

En lo que respecta a los aspectos técnicos, se describió detalladamente el flujo de proceso de producción, que consta de varias etapas, desde el diseño y patrones hasta la distribución de las prendas terminadas. Se estableció un plan de producción que incluye la asignación de recursos y metas de producción. Los costos de producción se desglosaron en varias categorías, desde materiales hasta gastos administrativos e impuestos.

En términos organizativos y administrativos, se planteó una estructura organizativa funcional que involucra diferentes áreas funcionales, desde la dirección general hasta la logística y distribución. Además, se elaboró un manual de funciones detallado que describe las responsabilidades y requisitos de cada puesto. En la evaluación financiera y económica, se presentaron cifras de presupuestos, flujos de caja, valor actual neto (VAN), relación

beneficio/costo (RB/C), tasa interna de retorno (TIR) y margen de beneficio. Estos datos indican

que el proyecto es viable económicamente, con un VAN positivo y una RB/C favorable. El margen de beneficio del 10% refleja la rentabilidad del negocio.

En cuanto a la evaluación ambiental y social, se reconoce la importancia de la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial. Se propone un plan de manejo ambiental que incluye medidas para reducir el impacto ambiental y se plantea una propuesta de responsabilidad social empresarial que involucra la generación de empleo, la producción local y sostenible, y el apoyo a organizaciones benéficas locales.

En resumen, este plan de negocios detallado y exhaustivo tiene como objetivo establecer una empresa de confección de ropa infantil en Cúcuta, respaldada por un análisis de mercado sólido, una estructura organizativa eficiente y una evaluación financiera favorable. Además, se enfoca en la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial para contribuir positivamente a la comunidad local.

Descripción Del Trabajo De Investigación

Planteamiento Del Problema

La industria textil en el mundo tiene un protagonismo significativo en la generación de empleo, convirtiéndose en un renglón de la economía que genera desarrollo económico y social. Debido a la ubicación que tiene la ciudad de Cúcuta, es un corredor en la cual el tránsito de bienes y servicios es bastante significativo. Sin embargo, la ausencia de una oferta textil en el segmento infantil y la falta de competitividad de las empresas locales para satisfacer las necesidades del mercado propio como a nivel de otras localidades ubicadas en el vecino País han llevado a buscar productos de menor calidad, provenientes de ciudades como Bucaramanga, Bogotá e incluso de Barranquilla, situación esta que hace que dichas prendas sean revendidas a un precio más alto. (González y Mora, 2018)

Teniendo en cuenta la problemática anterior surge el interrogante, ¿Es viable la creación de una empresa de confección de ropa infantil en la Ciudad de Cúcuta?

Justificación

Es importante enfatizar que el País es un protagonista del sector textil, debido a la variedad de diseños y la calidad de los procesos de manufactura; no hay que desconocer la problemática que surge con la apertura económica, las empresas siempre mantuvieron la visión de innovar y seguir satisfaciendo las necesidades de los mercados, logrando llegar a segmentos de mercado con una oferta interesantes desde las materias primas hasta los accesorios y demás elementos

que han proporcionado una diferenciación frente a otros competidores. Por tanto, es importante aprovechar las condiciones de la ciudad de Cúcuta por que presenta uno de los mercados con mayor dinámica comercial a nivel nacional, no hay que olvidar como ciudad fronteriza tiene como mercado natural a localidades de Venezuela que demandan bienes y servicios manufacturados, por muchos años han sido compradores de confecciones de fabricación colombiana. No cabe duda que el sector textil es unos de los mayores generadores de empleo y de bienestar para la sociedad en general. (Galvis, 2019).

Objetivos

Objetivo General

Diseñar un plan de negocios para el montaje de una empresa de Confección ropa infantil, ubicada en la ciudad de Cúcuta, apoyada en la innovación y diferenciación de los diseños de las prendas de vestir.

Objetivos Específicos

Desarrollar un estudio de mercado por medio del cual se encuentren las necesidades específicas del entorno y la aplicación del modelo de PORTER, proporcionado una perspectiva de las posibilidades de éxito del proyecto.

Realizar una evaluación técnica, determinando las exigencias relacionadas con los aspectos materiales, técnicos y humanos necesarios, utilizando herramientas como, diagramas de flujo o flujogramas de proceso, organigramas y manuales de función para el funcionamiento del proyecto de confección ropa infantil.

Elaborar una evaluación administrativa, a través de la consulta de los aspectos legales, organizacionales y procesuales, como el registro del tipo de sociedad comercial,

El registro único tributario, el registro de cámara de comercio, que debe poseer la empresa para su funcionamiento en la ciudad de Cúcuta.

Diseñar una evaluación financiera de la organización, a través del manejo de los instrumentos contables y financieros, que facilite la evaluación y la viabilidad de la idea de negocio.

Evaluar el contexto ambiental de la empresa, mediante el análisis de los impactos asociados a los aspectos ecológico y social, que pueden afectar diferentes actividades organizacionales mediante listas de chequeo, estudios especializados en el tema.

Estado Del Arte

NO APLICA

Marco referencial

Marco Teórico

Elaboración de un estudio de mercadeo a nivel de prefactibilidad para contribuir a posicionamientos de la industria textil mediante la introducción de nuevas tecnológicas, esto debido a que talvez la industria textil o por lo menos la de menores o infantiles no se encuentra a la vanguardia de la moda lo que implica ello incluso utilizar diferentes herramientas tecnológicas que permitan fabricar un producto más novedoso con tendencia innovadora, pero esto no es posible si aún se siguen utilizado las mismas herramientas e incluso técnicas de años muy atrás, quedando obsoleto o en el pasado tendencias que tal vez fueron para esa época muy llamativas cosa que ya no lo es para la actualidad que se vive.

Partiendo del estudio de mercado y desde otro punto de vista de expertos en la industria textil se visualiza las oportunidades que permita encontrar la implementación de ideas tecnológicas así nutrir la idea principal, como es de resorte del autor aquí señalado, lo ideal es que se cuente al menos con diferentes puntos de vista de quienes confeccionan con prendas diferentes a la que se pretenden realizar con este plan de trabajo, pues dichas opines contribuyen o sirven como guía para la implementación de nuevas tecnologías en la confecciones textiles, esto aprovechando el avance en estas herramientas. (JZ Muñoz Dorado, 2020).

Con respecto a lo anterior, es destacable que el estudio de mercado y la opinión de expertos en la industria brindan una base sólida para cualquier iniciativa empresarial en el campo textil. Esta combinación de datos cuantitativos y la experiencia cualitativa de expertos ayuda a identificar oportunidades de mercado, tendencias emergentes y desafíos potenciales. Además, el avance tecnológico en las herramientas de confección textil es un factor crucial a considerar. La tecnología está cambiando rápidamente la forma en que se diseñan, producen y comercializan productos textiles. Desde la impresión 3D de prendas hasta la incorporación de sensores inteligentes en la ropa, las oportunidades son numerosas. Todo ello puede mejorar la calidad, la eficiencia y la sostenibilidad de la producción textil.

Asimismo, la sugerencia de considerar diferentes perspectivas, especialmente de aquellos que trabajan con prendas diferentes a las que se pretenden producir con el plan de trabajo propuesto, es fundamental. Esto resalta la importancia de la diversidad de opiniones y la colaboración interdisciplinaria en la innovación textil. La confección textil abarca una amplia gama de productos, desde ropa deportiva de alto rendimiento hasta

moda de lujo y textiles técnicos para aplicaciones industriales. Cada uno de estos subsectores tiene sus propias demandas y desafíos específicos. Por lo que, incorporar la visión de quienes están directamente involucrados en estas áreas permitirá una adaptación más precisa de las tecnologías propuestas.

Inteligencia de Mercados-Textiles y confecciones en Colombia, estudios o usos análogos, mechas y material de textil tejidas. La inteligencia en este tipo de mercados juega indiscutiblemente un papel muy importante pues no es suficiente con que existan las últimas herramientas que existen en el mercado a la hora de confeccionar, como tampoco es suficiente que los materiales textiles sean los de mejor calidad, sino por el contrario con este cúmulo de requisitos crear y confeccionar de una manera inteligente de tal manera que el producto que ha de circular en el mercado sea de acogida por quienes pueden adquirirlo y que se sienta satisfechos a la hora de usarlos pues un cliente satisfecho por una prenda que le ha agradado lo más seguro es que vuelva por más.

Parte desde la producción del cultivo de algodón generado desde; siendo este la materia prima que conjuga la creación de prendas de vestir y la creación conjunta de los tejidos característicos del nuestro país, y es que no se puede desconocer que la creación de prendas en algodón son unas de las más apetecidas por los consumidores, pues buscan que la prenda que desean adquirir sea de dicho material, por elegancia, comodidad, calidad entre otros obviamente complementándoles con excelentes acabado y tejidos que adornen y compaginen con la prenda pues debe existir de manera conjunta tanto la calidad de la prenda como la elegancia de la misma. (Legis Comex, 2012).

De lo anterior, es claro que la producción de algodón es el punto de partida fundamental en la cadena de suministro textil, ya que este cultivo sirve como materia

prima para la creación de prendas de vestir y tejidos característicos en nuestro país. El algodón, con su versatilidad y cualidades naturales, desempeña un papel crucial en la industria de la moda y textiles, y su importancia no puede subestimarse. En primer lugar, el cultivo de algodón es la base de la producción de fibras que luego se convertirán en hilos y telas. Esto es esencial, ya que las prendas de algodón son altamente valoradas por los consumidores.

Esta preferencia por prendas de algodón se debe a una serie de razones. En primer lugar, el algodón es conocido por su elegancia. Su textura suave y natural lo convierte en una elección perfecta para aquellos que buscan ropa que combine comodidad con estilo. Además, el algodón es un tejido transpirable que ayuda a regular la temperatura corporal, lo que lo hace adecuado para todas las estaciones. La calidad del algodón es otro factor determinante. Los consumidores buscan prendas duraderas que mantengan su forma y color con el tiempo; siendo también conocido por su resistencia y durabilidad, lo que lo convierte en una elección popular para ropa de uso diario.

El sector textil ha mostrado su reactivación económica al superar cifras prepandémicas. En 2022, la contribución de la actividad fue de \$11.074 miles de millones de pesos al PIB nacional. Y es que para nadie fue un secreto el devastador detrimento que produjo la pandemia de la COVID-19 en todo el sector comercial y en efecto para la industria textilera no fue la excepción, innumerables industrias confeccionistas quebraron y cerraron la producción de estas prendas debido a las grandes pérdidas que se ocasionaron por el cierre total del comercio, pero aun si con toda esta crisis muchos de estos productores que sobrevivieron ante tal infortunio se reactivaron posterior a la

pandemia de lo las mismas estadísticas muestran que se ha reactivado de manera positiva y en producción de crecimiento.

El estudio de mercado es la base fundamental donde podemos organizar y visualizar las perspectivas futuras, ya que la visión poblacional y geográfica es la base del desarrollo de nuestra idea de negocio. Es que una de las bases sólidas y fundamentales y no solo de la parte textil sino de cual negocio en la industria del consumidor se debe de manera muy seria evaluar los estudios hechos referente a la materia, pues son estos los que nos permiten identificar tanto fortalezas como debilidades con el fin que estas sirvan como guía de orientación y evitar falencias que puedan impedir la prosperidad. (Análisis del sector textil en Colombia- 2022).

Por lo que la afirmación de que el estudio de mercado es la base fundamental para organizar y visualizar las perspectivas futuras es completamente acertada. En un mundo en constante evolución, donde las tendencias de consumo y los patrones demográficos pueden cambiar rápidamente, contar con una comprensión clara de quiénes son sus clientes potenciales, qué necesidades tienen y cómo satisfacer esas necesidades es esencial. Este conocimiento le permite a una empresa anticiparse a las demandas del mercado, adaptar su estrategia y productos de acuerdo a las cambiantes circunstancias y, en última instancia, tener una ventaja competitiva.

En este se debe tener en cuenta que, la referencia a la visión poblacional y geográfica como la base del desarrollo de una idea de negocio es un punto especialmente relevante. Cada región y cada grupo demográfico puede tener características y preferencias únicas, y comprender estas diferencias es esencial para adaptar su oferta a mercados específicos. Sin este entendimiento, es fácil caer en la trampa de crear un

producto o servicio que no responde adecuadamente a las necesidades o deseos de su público objetivo. Además, el hecho de que el estudio de mercado no solo sea relevante en la industria textil, sino en cualquier negocio relacionado con el consumidor, es un recordatorio importante.

Diseño de un plan estratégico de marketing para la empresa de confecciones Confetex de Colombia S.A.S., análisis amplio en cuanto a determinado plan estratégico que abarca fortalezas, debilidades e incluso amenazas para una empresa buscando conocer tanto las necesidades como las expectativas de cara con quienes pueden ser clientes. Sin duda alguna el marketing se ha convertido en una herramienta clave y prospera en todo sector incluyendo comercial, laboral e incluso personas, el cual se realiza de la mano, de un excelente plan estratégico en busca de determinados aspectos, pues si estos se enfocan sin perder de vista lo que realmente se desea estudiar sus resultados serán sin duda alguna excelentes a la hora de identificar como ya anteriormente se dijo, debilidades, fortalezas y en que poder enfocarse para evitar incurrir en aquellas y recurrir en las últimas.

Muchos de los fracasos los que muy comúnmente se exponen quienes quiere sumergirse en el ámbito de textiles, es que no se realiza un plan de marketing serio y responsable, pues omiten tan importante herramienta lo que conlleva si bien es cierto en principio buenas herramientas incluso de última tecnología, las mejores fabricantes e instalaciones totalmente adecuadas, pero aun así no es esto suficiente sino se tienen bases sólidas de planes estratégicos de marketing para el buen desempeño y distribución del producto, pues vale recordar que no en todas los sectores donde el consumidor está presente los gustos y necesidades son los mismos (Vargas, 2016).

Debido a ello, se destaca un problema común en la industria textil: la falta de un plan de marketing sólido y responsable por parte de aquellos que desean ingresar a este mercado. Este problema se manifiesta a menudo en fracasos empresariales. En primer lugar, es fundamental comprender que la industria textil es altamente competitiva y diversa. Los consumidores tienen una amplia gama de opciones y preferencias en lo que respecta a la ropa y los productos textiles. Sin un plan de marketing adecuado, es difícil destacar en este mercado saturado. Las empresas que no invierten tiempo y recursos en la planificación estratégica de marketing a menudo enfrentan dificultades para identificar su nicho de mercado, comunicarse de manera efectiva con sus clientes y promocionar sus productos de manera convincente.

Además, es importante también no solo contar con buenas herramientas y tecnología de vanguardia, sino también de tener bases sólidas en planes estratégicos de marketing. Esto es crucial porque incluso si una empresa tiene las mejores instalaciones y productos de alta calidad, no garantiza el éxito sin una estrategia de marketing adecuada. Un plan de marketing sólido es lo que permite a una empresa comprender a su audiencia, investigar sus necesidades y preferencias, y luego diseñar estrategias para satisfacer esas demandas de manera efectiva. Asimismo, es esencial recordar que los gustos y las necesidades de los consumidores pueden variar significativamente en diferentes segmentos del mercado.

Elaboración de un plan de mercadeo para la empresa GROUPTEXCO LTDA, con este plan de mercadeo adelantado y desarrollado, se puede identificar herramientas apropiadas para el crecimiento de una empresa no solo en el ámbito administrativo sino en la forma de producción para llegar al equilibrio económico, lo cual permitirá la

posibilidad de identificar problemas y con ello soluciones efectivas. Los planes de mercadeo son indiscutiblemente una fuente de gran apoyo e importancia en sectores del comercio es con este que se podrían llegar a identificar soluciones efectivas ante cualquier eventualidad que suelen presentarse cuando se inicia proyectos o empresas tales como estas, no saber utilizar los recursos económicos cuando asechan fenómenos de crisis económicas pues todas estas posibilidades deben quedar contempladas y la posible solución que se le daría a la misma.

No tener identificados todos estas situaciones financieras dentro de un plan de mercadeo es un riesgo que las empresas del sector comercio estarían en posibilidades de incurrir, pues si realmente se ha realizado y se tienen como alternativa la solución que con anterioridad se tendría ayudaría al no fracaso y quiebra de la industria, pues cierto es que a todos que inician en este sector lo hacen con el mayor de los entusiasmos y optimismo sin estar exentos que fenómenos como estos pueden en cualquier momento aparece y acabar con lo que hasta el momento se ha hecho, téngase en cuenta por ejemplo lo que sucedió con la pandemia que hizo que gran parte de este sector cerrara las fábricas e instalaciones creando pérdidas considerables hasta el punto de no poder a la reactivación al sector comercial, (Tobar, 2009).

La falta de una identificación exhaustiva de las situaciones financieras dentro de un plan de mercadeo representa un riesgo significativo para las empresas en el sector del comercio. La ausencia de esta precaución puede llevar a consecuencias graves, incluyendo el fracaso y la quiebra de la industria en cuestión. Es innegable que la mayoría de las empresas que ingresan a este sector lo hacen con un alto grado de entusiasmo y optimismo, pero es importante recordar que no están exentas de enfrentar fenómenos

imprevistos que pueden surgir en cualquier momento y deshacer todo lo que se ha logrado hasta ese punto. Un ejemplo que destaca la fragilidad de este sector es la pandemia que azotó al mundo.

La llegada de la COVID-19 provocó el cierre de fábricas e instalaciones en una escala masiva, lo que resultó en pérdidas financieras considerables para numerosas empresas del sector comercial. Estas pérdidas a menudo eran tan significativas que algunas empresas no pudieron sobrevivir o reactivarse después de la crisis. En este contexto, la identificación proactiva y la planificación de situaciones financieras adversas se convierten en elementos críticos para la supervivencia y el éxito a largo plazo de las empresas en el sector del comercio. La incertidumbre es una constante en el mundo empresarial, y la capacidad de anticipar y prepararse para situaciones financieras desafiantes puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso.

Plan de Marketing digital para la empresa ropa íntima, se aborda mediante un adecuado estudio de mercadeo, recomendaciones, estrategias e incluso asesorías que permiten comprender las fortalezas y debilidades, realizando un diagnóstico que pueden servir como eje o guía para el crecimiento y con ello llegar al cumplimiento de las metas y objetivos trazados. Tomar como base, cuando se da inicio en cualquiera que sea la industria del sector comercio se realizan proyección de metas y objetivos los cuales hacen impulsar y motivar al comerciante en el buen desempeño para lograr a satisfacción lo prometido y que las mismas se cumplan, no cumplir por cumplirlas, sino que estas sean a satisfacción.

El marketing digital en la actualidad es una herramienta muy fundamental en cual sector, llámese industria de textil, marcas personales en otros pues no se desconoce que

la digitalización hoy por hoy es lo que más llamas la atención, inclusión se pueden realizar estudios en este ámbito como encuestas digitales que pueden arrojar resultados importantes e interesantes para construir y a la vez identificar con ellos fortalezas y debilidades en el sector del comercio en el que se pretende incursionar, como también crear estrategias en pro de conseguir opiniones del consumidor que sirvan para el sostenimiento e innovación en la producción de lo que se pretender sacar al mercado, (Castañeda,2021).

Esto nos hace entender que el marketing digital en la actualidad desempeña un papel esencial en una amplia gama de sectores, ya sea en la industria textil, marcas personales u otros campos. Su importancia radica en la creciente digitalización que capta la atención de las audiencias en todo el mundo. En este contexto, es fundamental reconocer que el marketing digital no solo es una herramienta poderosa, sino también una fuente invaluable de información que puede impulsar el éxito empresarial. Una de las formas en que el marketing digital contribuye a la toma de decisiones estratégicas es a través de la realización de estudios y encuestas digitales. Estas herramientas proporcionan una ventana única hacia las preferencias, opiniones y comportamientos de los consumidores en el entorno en línea.

A su vez, cuando se trata de incursionar en un nuevo sector del comercio, como la industria textil, las encuestas digitales pueden desempeñar un papel fundamental en la planificación estratégica. Al recopilar datos sobre la percepción del mercado, las preferencias del consumidor y la competencia en línea, las empresas pueden tomar decisiones informadas sobre cómo abordar su entrada en el mercado. Por ejemplo, estas encuestas pueden revelar qué tipos de productos textiles son más populares entre ciertos

grupos demográficos o cuáles son las tendencias actuales en diseño y estilo. Además, el marketing digital ofrece la oportunidad de crear estrategias

específicas para obtener opiniones directas de los consumidores. Las redes sociales, por ejemplo, son plataformas ideales para recopilar comentarios y reseñas de clientes.

Estudio técnico y financiero para la implementación de una planta de tintorería para la empresa de Textiles Estopas e Hilazas de Colombia en la ciudad de Bogotá, si bien es cierto el comerciante que inicia en la creación de su negocio inicialmente puede contar con el recurso económico necesario y suficiente para incursionar en el sector y en ocasiones este es uno de los problemas que a futuro trae consecuencias realmente lamentables a su negocio o emprendimiento, no el hecho de contar con el recurso necesario sino por el contrario que debido a esta seguridad en la parte económica omite realizar estudios financieros que permitirían identificar adecuadamente de qué manera se podría implementar y utilizar dentro del mismo a fin de no poner en riesgo lo que se está invirtiendo.

Desde las falencias del proveedor actual se fortalece la idea futurista que parte desde el valor agregado, que conlleva a implementar el estudio preliminar con el fin de mejoras en tiempos de producción pues no se puede desconocer que tal vez la producción pueda ser muy buena por el numeroso capital que se inyecta para la elaboración y producción del producto, sin embargo por no contar con estudios previos que sirvan como orientación guía se podría tener exceso de producción y suficiencia en la comercialización del mismo, lo cual sin duda alguna ocasionaría un impacto en la recolección del factor económico inicialmente inyectado, (Zapata, M. 2017).

Claramente el enfoque futurista que se menciona es alentador, ya que implica una visión a largo plazo y una disposición a adoptar prácticas innovadoras. La idea de buscar valor agregado es esencial en un entorno empresarial competitivo. El valor agregado puede manifestarse de diversas formas, como mejoras en la calidad del producto, reducción de costos, tiempos de entrega más cortos o una mayor eficiencia operativa.

El estudio preliminar mencionado es una herramienta fundamental para lograr mejoras en los tiempos de producción. Antes de iniciar cualquier proyecto o producción, es esencial llevar a cabo un análisis exhaustivo para comprender las necesidades, los desafíos y las oportunidades.

Por lo que, sin un estudio preliminar adecuado, es difícil tomar decisiones informadas y eficaces. Este proceso puede ayudar a identificar posibles problemas y áreas de mejora antes de que se conviertan en obstáculos costosos. La referencia a la inversión de capital en la producción del producto es relevante. Si bien la inversión de capital es esencial para poner en marcha cualquier proyecto, es igualmente importante utilizar ese capital de manera eficiente y estratégica. La falta de estudios previos puede llevar a un exceso de producción, lo que podría resultar en costos innecesarios y dificultades para comercializar el exceso de productos. Esto, a su vez, podría afectar negativamente la recuperación del capital inicial invertido.

Estudio de viabilidad para la creación de una empresa textil, realizar el *estudio técnico para la creación de una empresa textil* de ropa infantil en la ciudad de Medellín. Crear una empresa por crearla en el ámbito o sector que sea, debe tener unas bases sólidas mediante estudio previos muy serios y responsables con los cuales se permita concluir o establecer situaciones tales como, cual sería estratégicamente un buen

lugar para dar inicio a la empresa, cuál sería el consumidor más propicio dependiendo del sexo, edad y gusto sobre el producto a distribuir, pues con esto se pueda determinar la viabilidad si es la oportunidad o no de dar inicio a lo que se tiene proyectado o si por el contrario esperar el tiempo que pueda ser más educado para el buen impacto y comercialización del mismo.

Al momento del plasmar sus respectivos estudios técnicos le permite visualizar si la idea de negocio que el expone es rentable y sostenible, permitiendo mantener una globalización de la misma. Y es que precisamente los estudios técnicos están basados en determinar si en efecto tanto iniciando como a futuro la productividad vaya a generar realmente una buena comercialización o aceptación por parte de los consumidores, pues a falta de muchos de estos estudios técnicos ha habido negocios y empresas que están llamadas al fracaso por carecer de visibilidad futura como la mala implementación por circunstancias de tiempo, ubicación y consumidor no adecuado para incrementar las ventas de la producción tanto en la parte financiera por la poca aceptación del producto como son riesgos que indiscutiblemente no pueden dejarse al azar, (Niño Montoya,2018).

De lo anterior se puede concluir que la importancia de llevar a cabo estudios técnicos al momento de desarrollar un proyecto empresarial es innegable. Estos análisis desempeñan un papel fundamental en la evaluación de la viabilidad y sostenibilidad de una idea de negocio, lo que a su vez contribuye a la expansión y éxito global de la empresa. En primer lugar, los estudios técnicos permiten a los emprendedores visualizar con claridad si la idea de negocio que están presentando es realmente rentable. Esto es esencial, pues emprender un nuevo proyecto implica un considerable gasto de recursos financieros, tiempo y esfuerzo. Sin la debida investigación y análisis técnico, es fácil caer

en la trampa de seguir adelante con una idea que puede parecer atractiva en teoría, pero que en la práctica carece de una base sólida para garantizar su rentabilidad a largo plazo.

Además, estos estudios también desempeñan un papel crucial en la sostenibilidad del negocio. Evaluar minuciosamente los aspectos técnicos del proyecto ayuda a identificar posibles obstáculos y desafíos que podrían surgir en el camino. Esto permite a los empresarios tomar medidas proactivas para mitigar riesgos y asegurar que la empresa pueda mantenerse operativa de manera continua y sostenible en el tiempo. Por lo que, uno de los aspectos más destacados de los estudios técnicos es su capacidad para anticipar la respuesta del mercado y de los consumidores. Determinar si el producto o servicio propuesto tiene el potencial de ser bien recibido por los consumidores es esencial para el éxito comercial.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa, se estudiarán las características de una empresa textil y se buscara dar aplicabilidad a los principios que la rigen, algo que se debe tener muy claro a la hora de edificar la empresa o negocio es tener muy especificado cuales son las características propias que deben tener determinada fabrica, negocio o empresa, pues no se podría por ejemplo construir una empresa de producción textil teniendo como referencia las característica propias de una empresa de elementos por ejemplo, pues no compaginaría una en la otra, es el papel importante de crear o realizar un estudio de factibilidad que permitan identificar específicamente las características propias de lo que se quiere dar vida al comercio.

Con el estudio descriptivo que realiza se puede visualizar a que población le ofrece y de disponer dicha idea lo que fortalece las necesidades que se presenten de la población a tratar, obsérvese como ya se indicó incluso anteriormente determinar la

población exacta en la cual se pretende comercializar el producto es una característica indispensable para la buena ejecución del producto, obviamente sin desconocer otras que de la mano con esta producen un verdadero impacto positivo, acertar la población adecuada es el factor primordial pues no se podría por ejemplo, para el caso en particular crear prendas muy formales en una población donde la mayor vestimenta es de carácter informal, esto produciría afectación a la empresa por no tener un estudio de la población donde se pretende incursionar en el sector, (Acero Espinosa, 2017).

De allí se destaca la importancia de llevar a cabo un estudio descriptivo exhaustivo antes de lanzar un producto o servicio al mercado. Este enfoque permite identificar claramente a qué población se dirige el producto y entender las necesidades específicas de esa población. Esta idea refuerza la noción de que comprender a quién se dirige un producto es esencial para el éxito de cualquier empresa. Como se mencionó previamente, determinar con precisión la población objetivo es una característica fundamental para el desarrollo exitoso de un producto o servicio. Este punto es crucial ya que no se puede subestimar su impacto en el resultado final. Si no se acierta al definir la población adecuada, pueden surgir problemas graves para la empresa.

Un ejemplo ilustrativo es cuando una empresa decide comercializar prendas de vestir. Imaginemos que decide crear prendas muy formales y elegantes, pero su público objetivo reside en una población donde la mayoría prefiere un estilo de vestimenta informal y relajada. Esta falta de alineación entre el producto y las preferencias de la población conduciría a un desajuste significativo en el mercado, lo que podría tener un impacto negativo en la empresa. Además, podría resultar en la falta de interés por parte de los consumidores, lo que afectaría las ventas y la rentabilidad. En consecuencia,

acertar en la elección de la población objetivo es el factor primordial para el éxito de cualquier empresa.

Estudio cultura organizacional en la empresa de UTP. Identificar la cultura organizacional existente actualmente en la *empresa*. Factor importante por supuesto pues en algunos casos que comúnmente se observa es que quienes iniciaban en la producción de su empresa o negocio se centran en la parte exterior es decir en el consumidor olvidando conocer a fondo en primer lugar su empresa, es decir quienes se encargan de la producción de artículo, pues de esto dependerá muchos por ejemplo uno de ellos es la calidad con la que es elaborado, olvidar estos aspectos es no tener una organización y exigencia en las prendas que han de ser elaboradas y que construirán la buena imagen ante el producto sobre la sociedad.

Trabajar de manera interna permite que la empresa se conozca así misma basándose en su identidad ya que sus objetivos dependen de sus colaboradores lo que busca sus fortalezas que sean promovidas a la calidad por un plan de acción. Fundamental se torna primo construir y conocer internamente con la empresa que se quiere incursionar en el sector comercio, pues de esto dependen muchos factores de alta importancia, tales como la cualidad y calidad del producto a producir, si se cuenta con el talento humano para ello, las herramientas necesarias y si de tal forma se detectan falencias como poder suplirlas con otros homólogos a fin de que no cause traumatismo a la hora de la producción del mismo. *Confecciones y Textiles de Colombia. (Ramírez, 2019).*

Es allí donde reside la importancia de trabajar de manera interna en una empresa para conocerse a sí misma y aprovechar sus fortalezas es fundamental en el contexto

empresarial. En un mundo cada vez más competitivo, comprender la identidad de una empresa y alinear sus objetivos con los colaboradores es esencial para el éxito a largo plazo.

El énfasis en buscar y promover las fortalezas de la empresa a través de un plan de acción es una estrategia inteligente. Esto implica una evaluación exhaustiva de las capacidades internas, lo que permite a la empresa destacar en áreas donde ya tiene ventajas competitivas. Al reconocer y mejorar estas fortalezas, la empresa puede ofrecer productos y servicios de alta calidad que se destacarán en el mercado.

A su vez, el punto crucial sobre la necesidad de construir y conocer internamente la empresa antes de entrar en el sector comercial es especialmente relevante. La preparación interna es un paso crítico antes de lanzarse a cualquier mercado. La calidad del producto a producir es un pilar fundamental para la competitividad, y este aspecto debe ser evaluado minuciosamente antes de ingresar a un mercado. Además, contar con el talento humano adecuado y las herramientas necesarias es esencial para la ejecución exitosa de cualquier proyecto comercial. Además, que la detección de falencias internas y la capacidad de abordarlas de manera efectiva son características clave de una empresa bien gestionada.

Plan de empresa del sector de confecciones y textiles para la marca “frecuencia” dedicada a la confección y comercialización de prendas de estilo “*streetwear*”, la referenciarían que se puede adoptar o iniciar para la empresa o negocio que se pretende surgir a la vida comercial, es de vital importancia, pues algo que no se puede desconocer es que la experiencia que otros negocios o empresas homólogos llevan en este sector sirve para poder identificar falencias y a su vez fortalezas, por ello planear de manera

adecuada todo lo que se pretende producir, así como los promedios que se pretenden tener a cortos, medianos y largos plazos, como quiere que en ocasión común mente dicen las personas “lo planeado nunca surge” es un dicho que tal vez no aplicaría en la creación de empresas y negocios ya que este se torna en una base solidad a la hora de dar inicio a la ejecución y proyección en el medio.

Su proyección parte desde el segmento de edades y el estado organizacional que determina el estudio relacional para lograr sus objetivos y valores corporativos, poder tener muy bien identificado el tipo de población o consumidores al que se pretende llegar con el producto, es de esencial importancia, pues no se podría por ejemplo dedicarse a producir prendas por ejemplo para clima cálido cuando se pretende comercializar el mismo en climas fríos o viceversa, o colores para personas de tonos oscuros cuando la mayoría de la población es de color claro, son factores indispensable de identificar antes de la creación del producto. (Jose Restrepo, 2019).

Por ende, se hace notoria la importancia de realizar un análisis detallado y preciso del mercado y la población objetivo antes de emprender cualquier proyecto comercial o de desarrollo de productos. En este sentido, se enfatiza la necesidad de comprender y segmentar adecuadamente tanto el grupo demográfico al que se dirigirá como el contexto organizacional en el que se encuentra la empresa. Por lo tanto, un aspecto fundamental que se destaca es la identificación del grupo demográfico al que se pretende llegar con el producto. Esto implica considerar factores como la edad, el género, la ubicación geográfica y otros datos demográficos relevantes.

Dicha segmentación es crucial, ya que no todos los productos son adecuados para todos los grupos de población. Por ejemplo, sería inapropiado producir ropa diseñada

para climas cálidos si el mercado objetivo se encuentra en regiones de climas fríos. Esto podría llevar a una falta de demanda y, en última instancia, al fracaso del producto en el mercado. Además de la segmentación demográfica, está la importancia de entender el contexto organizacional. Esto significa considerar el estado y la situación actual de la empresa, sus recursos disponibles y sus valores corporativos. Estos elementos son esenciales para garantizar que el producto o servicio que se va a desarrollar sea coherente con la misión y visión de la empresa, así como con sus capacidades y recursos.

Aplicación del proceso administrativo en confecciones fraga, describir la forma de aplicación del proceso administrativo en Confecciones Fraga en cada una de sus funciones. Los procesos administrativos no son ajenas en ningún negocio o empresa pues estas y estos deben contar con esa parte organizacional donde la administración entra a jugar un papel muy importan, contar con una buena administración permite que la producción no presente fallas a la hora de ejecutarla es decir de producirla, de empacarla y posteriormente de comercializarla, esto implica tener una muy buena organización en cada etapa del producto impidiendo que la empresa o negocio funcione de manera desorganizada produciendo daños irremediable que incluso podrían llevar a la quiebra.

Define su estructura de costos y el modelo económico, para determinar si generan afectaciones, desarrollando el conocimiento integral con el fin principal de conocer y determinar la toma de decisiones. Organizar el producto en el que se pretende incursionar es de vital importancia, como también su clasificación por cálida excelente, calidad buena o calidad un poco menos buena, los costos, las telas si son nacionales e importadas, si son más apetecibles por el consumidor o menos solicitado, todo esto sirve para

determinar el mismo valor a imponer sobre la prenda y tener incluso también identificado el tipo de comprador y distribuidor. (Rubén Grisales, 2013).

De ello se rescata puntos importantes como definir la estructura de costos y el modelo económico de un producto con el objetivo de evaluar su impacto en la toma de decisiones. Enfocándose en la necesidad de adquirir un conocimiento integral sobre el producto que se pretende introducir al mercado. En primer lugar, es esencial destacar la relevancia de comprender la estructura de costos de un producto antes de lanzarlo al mercado. Esto implica desglosar y analizar todos los costos involucrados en la producción, desde la adquisición de materias primas hasta los gastos de marketing y distribución. Al hacerlo, se obtiene una visión clara de cuánto se necesita invertir para crear y comercializar el producto. Esta información es crucial para determinar el precio de venta y, en última instancia, la rentabilidad del negocio.

El modelo económico es otro aspecto fundamental en este proceso. Define cómo funcionará el negocio en términos financieros. Esto incluye la proyección de ingresos, los márgenes de beneficio esperados y la evaluación de riesgos financieros. Al tener un modelo económico sólido, se pueden realizar análisis de viabilidad que ayuden a anticipar posibles afectaciones y tomar decisiones informadas.

La clasificación del producto en términos de calidad es una práctica esencial. Esto permite segmentar el mercado y dirigirse a diferentes grupos de consumidores con diferentes preferencias.

Análisis económico y financiero del Grupo industria de diseño de textil – INDEX S.A, describir la forma de aplicación del proceso administrativo en Confecciones Fraga en cada una de sus funciones. Tanto al iniciar como de manera periódica se debe realizar

análisis económicos y financieros, evaluar las falencias y fortalezas, revisar balances a fin de determinar si se continua con la mismas estrategias que se vienen o por el contrario replantear nuevas que permitan aumentar la comercialización y aceptación del producto entre los consumidores, teniendo en cuenta que para el caso de la industria textil las modas son muy cambiantes y su permanencia son muy cortas por lo que siempre hay que estar a la vanguardia de la misma.

El sustento producido por bienes y servicios permite que su columna vertebral sea la información financiera obtenida de la disciplina contable lo que permite generar un orden financiero ante la toma de decisiones futuras de la empresa. Saber cómo reinvertir lo que se va consiguiendo con las ventas del producido es una disciplina que se debe ejecutar incluso con inteligencia, pues van a existir tal vez altibajos tanto en la producción como en la comercialización para lo cual haber reinvertido con disciplina e inteligencia permitirá soportar estos fenómenos que según estudios muestran que su presencia es muy común más cuando se está en etapa de inicio (Jorge Torres, 2016).

Por ende, se puede afirmar que es fundamental la gestión financiera en el éxito y la sostenibilidad de una empresa. El sustento económico generado a través de la oferta de bienes y servicios representa la columna vertebral de cualquier organización, y este sustento se basa en gran medida en la información financiera obtenida a través de la disciplina contable. En este contexto, la información financiera se convierte en una herramienta invaluable para la toma de decisiones estratégicas y operativas de la empresa. Esta información proporciona una visión clara de la salud financiera de la organización y permite a los líderes empresariales tomar decisiones informadas y sólidas

para el futuro. Sin datos financieros precisos y actualizados, sería casi imposible gestionar una empresa de manera efectiva.

A su vez, también funciona reinvertir de manera inteligente los ingresos generados a través de las ventas de los productos o servicios de la empresa. Este aspecto resalta la necesidad de una planificación financiera sólida y una disciplina financiera rigurosa. La gestión de los ingresos no se trata solo de ganar dinero, sino de asegurarse de que esos ingresos se utilicen de manera estratégica para garantizar el crecimiento y la estabilidad a largo plazo de la empresa.

La mención de los posibles altibajos en la producción y la comercialización es particularmente relevante. Cada empresa, independientemente de su tamaño o industria, enfrentará desafíos y fluctuaciones en su entorno empresarial.

El diagnóstico financiero debe ser una práctica de manera permanente, debe ser un procedimiento continuo. Ya que de esta misma manera son las situaciones en las que se deben tomar decisiones. Jamás se puede perder de vista las finanzas de la empresa, los diagnósticos periódicos y adecuados permiten detectar a tiempo cuando se aproxima una eventual crisis financiera y desviar o buscar estrategias que impida que se llegue a aquella, de no tener un seguimiento serio y responsable a las finanzas pueden traer consecuencias nefastas de la cuales podría sumergirse a pérdidas y quiebras de las cuales sería muy difícil levantarse.

El diagnóstico como idea principal genera agrupa la investigación inicial y previa al momento de aterrizar dicha idea que permite a las empresas el desarrollo económico y la toma de decisiones financieras, el diagnóstico inicial es la vía por excelencia para determinar si en efecto la ruta a seguir es adecuada o por el contrario si por el contrario

se deben acudir o tener segundas opciones como alternativas para utilizarlas cuando sucedan estos fenómenos, por tal razón en una buena intención empresarial antes de iniciar se debe contar con varios diagnósticos que permitan dar como esa seguridad o por lo menos tranquilidad a la hora de iniciar. (María Álvarez, 2015).

Por ende, El diagnóstico se presenta como un elemento crucial que reúne la investigación inicial y la planificación antes de que una empresa inicie su camino. Su función principal es proporcionar a las empresas las bases necesarias para su desarrollo económico y la toma de decisiones financieras informadas. Es a través de este diagnóstico que las empresas pueden evaluar si la dirección que han elegido es la correcta. En otras palabras, es un punto de partida que permite determinar si la ruta que han trazado es la adecuada o si es necesario considerar alternativas y opciones adicionales en caso de que surjan desafíos imprevistos.

La afirmación de que una "buena intención empresarial" debe incluir múltiples diagnósticos es crucial. Esto sugiere que no se trata simplemente de realizar un diagnóstico inicial y seguir adelante sin cuestionar las decisiones tomadas. En cambio, se destaca la necesidad de contar con una serie de diagnósticos a lo largo del proceso empresarial. Estos diagnósticos adicionales sirven como salvaguardas, proporcionando seguridad y, al menos, tranquilidad a los empresarios a medida que avanzan en su camino.

Indicadores económicos sectoriales provenientes de la cámara de comercio de Bucaramanga, evolución financiera de un proyecto de inversión para la industria textil. Uno de los puntos de referencia muy acertados y que realmente pueden determinar información seria y responsable que permitan ser utilizadas como guías a la hora de

iniciar en el mundo del comercio es precisamente las diferentes cámaras de comercio de cada territorialidad, pues este órgano por excelencia.

permite medir con exactitud el crecimiento o descenso de las múltiples entidades comerciales que tienen bajo su supervisión y control, teniendo antecedentes de que puede ser útil y que puede ser perjudicial a la hora de iniciar y primera fase.

El fin de conformar un círculo virtuoso para generar el crecimiento que se unen; permitiendo así que el capital humano sea uno de los factores primordiales para la elaboración de ideas financieras que soporte cada uno de los sectores. (Castañeda Vásquez, 2006).

Por consiguiente, establecer un círculo virtuoso, logra fomentar el crecimiento económico. Este enfoque se basa en la premisa fundamental de que el capital humano juega un papel central en el desarrollo y la implementación de ideas financieras que respalden todos los sectores de la economía. En primer lugar, es fundamental reconocer que el capital humano es uno de los recursos más valiosos en cualquier empresa o sociedad. Está compuesto por las habilidades, conocimientos y experiencia de las personas, y su capacidad para generar ideas innovadoras y soluciones efectivas es esencial para el progreso económico.

La idea de crear un círculo virtuoso implica un proceso en el que el capital humano se nutre y se fortalece continuamente. Cuando se canaliza adecuadamente, el capital humano puede catalizar el crecimiento en diversos sectores, desde la tecnología hasta la industria, la educación y más allá. Esto significa que se deben proporcionar oportunidades de aprendizaje y desarrollo para las personas, ya sea a través de la educación formal, la capacitación en el trabajo o la promoción de la innovación y la creatividad. Al invertir en el

crecimiento y la mejora del capital humano, se establece una base sólida para la generación de ideas financieras sólidas y sostenibles.

Huella ecológica del sector Textil – Confección en Colombia para el año 2018, se aborda el crecimiento e impacto que ha generado la producción textil a nivel mundial, aterrizando al crecimiento que se ha dado o generado en Colombia y junto con ello el gran impacto que esto ha ocasionado producto de las grandes industrias textiles siendo el agua y la energía los mayor impactados por estos. No puede dejarse de lado que si bien es cierto con la industria textilera se suple una necesidad que hoy en día se puede catalogar como básica y necesaria como es la vestimenta, no es menos cierto que también con la fabricación de esta se está generando un impacto grande al deterioro del medio ambiente por las altas contaminación que las misma producen y que en ocasiones de manera irresponsable muchos de estos fabricantes no son conscientes arrojando y tirando los desechos de estos en cual quiera parte que genera contaminación al medio ambiente (Sentenea,2021).

En tal sentido se puede realizar también planes estratégicos y de riesgo dentro de la misma empresa para evitar precisamente que la fabricación como los residuos que resulten de la producción sean reciclables en su efecto poder contratar con terceros que cuenten con la adecuada ejecución de estos residuos buscando siempre mitigar cualquier tipo de riesgo al que se pueda someter el medio ambiente, pues con estos se pueden causar daños irremediables y que en ultimas no es la idea a la hora de fabricar esta producción, pues no se puede suplir una necesidad básica como lo es la vestimenta de la sociedad y por otro lado simultáneamente causar daños graves al medio ambiente.

Destacándose también que la preocupación por mitigar cualquier tipo de riesgo al medio ambiente es fundamental. Los daños irreparables causados al entorno natural pueden tener graves consecuencias a largo plazo, no solo para la empresa, sino también para la sociedad en su conjunto. Es fundamental que las empresas asuman la responsabilidad de sus acciones y trabajen activamente para minimizar su impacto negativo en el medio ambiente. Además, el hecho de que se destaque que la producción de ropa, en este caso, no debe dañar gravemente el medio ambiente es un recordatorio importante de que las empresas tienen un papel clave en la protección de los recursos naturales y la promoción de prácticas sostenibles en toda la cadena de suministro.

La moda sostenible en Colombia, la producción textil es responsable del 20% de las aguas residuales globales y del 10% de las emisiones globales de carbono, se identifica de manera estadística cuales son los alcances de contaminación producidas por estas industrias textiles en Colombia concretamente, también resalta como se puede lograr la debida y correcta utilización de estos residuos. Las mismas estadísticas nos dan a conocer el grado de contaminación que es causado en nuestro país debido a la fabricación y producción de la industria textil, situación suficiente para frenar y traer conciencia empezando como coloquialmente se dice desde casa, y por qué no acudiendo a los organismos locales, gubernamentales y legislativos para que se crean normativas con rigurosidad para, (Caracol radio, 2021).

Estas cifras y estadísticas son un recurso invaluable en este contexto, ya que nos proporcionan datos concretos sobre la contaminación generada por la producción textil en Colombia. Conocer la realidad de la situación nos permite tomar decisiones informadas y diseñar estrategias adecuadas para mitigar los impactos negativos. Además, estas

estadísticas también pueden servir como una herramienta de sensibilización, ya que ilustran de manera clara y objetiva el grado de contaminación que afecta a nuestro país debido a la fabricación y producción de textiles. La importancia de estas estadísticas no se limita únicamente a la toma de conciencia, sino que también abre la puerta a soluciones concretas.

Por lo visto, una de las formas de abordar este problema es promoviendo la adecuada y correcta utilización de los residuos generados por la industria textil. En lugar de ver estos residuos como desechos, pueden ser considerados recursos valiosos que pueden ser reutilizados o reciclados. La reutilización de materiales y la adopción de prácticas de reciclaje en la cadena de producción textil pueden reducir significativamente la cantidad de desechos que terminan en vertederos y, por lo tanto, disminuir la contaminación ambiental. Además de las acciones individuales y empresariales, es fundamental que se involucren los organismos locales, gubernamentales y legislativos en la búsqueda de soluciones a largo plazo.

La ropa local también deja huella en el ambiente, se logra conciencia, lo que se requiere para la producción de empresas e industrias textiles pues los químicos, así como juegan un papel importante en para la fabricación de los textiles, también lo es que el impacto y daño causado al medio ambiente puede ser exorbitante, como también al lavado que se someten de ciertas prendas causan daños irremediables. Como se indicaba anteriormente los implementos o materias primas con los que son fabricados los textiles juegan un papel importante para la creación y elaboración del producto, también lo es que estos mismos son los encargados de causar un daño irreparable de contaminación

que afecta a nuestro ecosistema, medio ambiente a y las mismas personas. (El tiempo, 2018).

Causar conciencia sobre este tema es esencial, ya que muchos de nosotros no estamos al tanto de los procesos involucrados en la fabricación de nuestras prendas. Como se señala, los químicos desempeñan un papel vital en la creación de textiles. Si bien estos químicos son fundamentales para la producción, también pueden causar un daño significativo al medio ambiente. Esto incluye la liberación de sustancias químicas tóxicas en el aire y el agua, lo que afecta la calidad de nuestro ecosistema y, en última instancia, nuestra propia salud. Además, se resalta el impacto del lavado de ciertas prendas en el medio ambiente. Este es un aspecto que a menudo se pasa por alto. El lavado de la ropa libera microfibras y productos químicos que terminan contaminando nuestros cuerpos de agua y dañando la vida marina.

Estos daños, como se menciona, son irremediables y a menudo pasan desapercibidos. Otro punto clave es la importancia de los materiales y materias primas utilizados en la fabricación de textiles. Los ingredientes de la ropa son fundamentales para la creación y calidad del producto final. Sin embargo, como se destaca, estos mismos materiales pueden tener un impacto devastador en el medio ambiente. Desde la agricultura de fibras naturales hasta la producción de fibras sintéticas, cada etapa del proceso puede contribuir a la contaminación del aire, el suelo y el agua. El mensaje subyacente es que debemos ser conscientes de las implicaciones ambientales de nuestras elecciones de moda.

Marco Conceptual

La responsabilidad social empresarial que favorecen la producción textil transnacional y relación con su responsabilidad social empresarial (Arturo, 2018). **La responsabilidad social empresarial** es un elemento central en las empresas actuales, el cual genera cambios en los procesos empresariales para implementar prácticas que respondan a las demandas de la sociedad y a las necesidades emergentes, (Araque-Chaparro, 2019). Esto quiere decir que la responsabilidad social empresarial es un elemento adaptado de las demandas sociales, por el cual se le exige a la empresa llevar a cabo prácticas social y ambientalmente más sostenibles y responsables. Las empresas en la actualidad debido a las exigencias de cara con la sociedad y esa responsabilidad que deben tener con la sociedad incluyen dentro de su marco de desarrollo de manera simultánea con la ejecución de sus actividades incluyen su propia responsabilidad social empresarial a tal fin que su producción se haga desde un perspectiva más ética y transparente para la sostenibilidad tanto de la empresa como de la sociedad.

Competitividad en la industria textil y confecciones en el valle del Cauca (García, 2015). **La competitividad empresarial** se define brevemente como la habilidad de una empresa para superar a su competencia en aspectos como producto, producción, costos y calidad, (Cámara de Comercio de España, 2017). Esto quiere decir que la competitividad empresarial es un aspecto, a modo de cualidad, que define la capacidad que una empresa tiene para hacer frente a la calidad de los productos, la atención, los servicios y los precios de su competencia; esto, en última instancia, se traduce en una ventaja que aumenta la rentabilidad de su negocio. No se puede desconocer que la industria del sector textil ha tenido un gran incremento en todo el territorio Nacional,

conllevando a que de una u otra manera esta la competitividad de este producto, destacándose por ejemplo factores como la calidad, precio y moda del producto, por tal motivo es necesario realizar estudios o tomar como bases aquellos que ya existan para determinar en qué zonas del mismo territorio tanto local como comercial se produce con mayor cantidad y calidad el mismo y saber ante que se está enfrentando al iniciar en esta sector de la industria.

Sector Textil Colombiano y su influencia en la economía del País (Espinel, Aparicio, Mora, 2018). **Sector Textil:** “el sector textil comprende todas las empresas dedicadas a la fabricación de artículos textiles, confección y peletería, así como las empresas dedicadas a la preparación y acabado del cuero”, (Agencia de Ciencia, Competitividad Empresarial e Innovación Asturiana, 2019). Por lo anterior, se puede comprender que el sector textil es la parte de la industria que se encarga de todo lo relacionado a la producción, comercialización e innovación de artículo textiles. Mediante estos autores se podrá referenciar la importancia y como ha influencia esta industria en la economía del país, a igual forma con la recopilación hecha por los ya referidos autores, que con la continuidad de fabricación de textiles, Colombia podría convertirse en uno de esos Paises con mayor competitividad Internacional, pues ya son varias décadas en las que esta industria empezó a incursionar con mayor auge lo cual permite que hoy en día se encuentre a otro nivel de producción y competencia.

Industria Textil y de la Confección (Plattus, 2001). **Confección:** “Hechura de prendas de vestir”, (RAE, 2013). Se puede entender por confección a la aplicación de diferentes técnicas manufactureras empleadas en la consecución de determinados artículos textiles. Conocer realmente los verdaderos inicios y cómo fue que

se empezó a emplear la producción de textiles y mediante que materiales fueron con los que se dio origen en este sector es fundamental, pues desconocer estos pilares sería tanto como omitir las bases necesarias para saber cómo se ha llegado hasta la actualidad, saber que inicialmente esta producción o confección se realizaba de manera artesanal y que hoy en día es totalmente una industria son componentes claves para seguir contribuyendo al mejoramiento de la misma.

La Industria Textil y la Moda: Algo más que un negocio (Domínguez, 2021). **Moda:** “Gusto colectivo y cambiante en lo relativo a prendas de vestir y complementos”, (RAE, 2013). Al toparnos con el concepto de moda, podemos dilucidar de él, que es un patrón común, es decir compartido socialmente, con respecto al gusto hacia la vestimenta. Conocer desde diferentes aristas la moda es necesario a la hora de confeccionar y producir los textiles, pues si bien es cierto la vestimenta fue creada para suplir necesidades básicas, no se desconoce que hoy en día es precisamente la moda la que se ha apoderado de esta industria, la cual se da en un corto periodo de tiempo, la moda suele ser trascendental que puede iniciar en el mismo ámbito Nacional y allí mismo fenecer, como darse de manera internacional trascendiendo a diferentes partes del mundo, he de allí la importancia de estar a la vanguardia día misma.

La realidad del Sector Textil Colombiano (Caicedo, 2021). **Situación del sector textil colombiano:** Actualidad de la realidad del sector textil de Colombia, (Caicedo, 2021). No se puede desconocer la importancia de la industria textil en la economía de Colombia, la cual no solo se ha centrado en satisfacer la necesidad básica del consumidor, sino que también ha contribuido en la buena economía del país, creando incluso industrias muy reconocidas en este sector, generadoras de empleos siendo un

sustento sostenible para muchas familias, pero como en cualquier sector se cuenta con altibajos que en ocasiones han impedido el crecimiento y posicionamiento del mismo.

La trayectoria Tecnológica de la industria Textil Mexica (Vera, Monserrat, 2012).

Tecnología de la industria Textil Mexica: Conjuntos de conocimientos técnicos y estratégicos aplicados en la industria Textil Mexica, (Vera, Monserrat, 2012). Como se puede ver, la tecnología de la industria textil mexicana hace referencia al avance y desarrollo relacionado a las técnicas de confección textil Mexica. Los cambios tecnológicos que se han presentado en la humanidad son evidentemente grandes, y en la industria textil no han sido la excepción, contar con la facilidad y últimas herramientas de fabricación han contribuido al perfeccionamiento de las prendas, a su calidad y a una mayor agilidad a la hora de producción sin desconocer la gran labor que aún se cumple de manera Manual por la parte humana, esto ha facilitado que industrias sean de producción mundial gracias a estos avances.

Referente de la Industria Textil en América (Emitex, 2019). **Industria Textil de América:** Es el sector industrial textil y confector que mantiene patrones propios del desarrollo americano, (Emitex, 2019). La industria textil americana es el conjunto de características productivas, empresariales y de confección de la moda americana. Observar referentes donde se recopila moda, tendencia de la industria de textiles a nivel internacional, es sin duda alguna guías que permiten visualizar y enterarnos de cómo está la moda a nivel internacional, a igual manera el tipo de bordados, tejidos que están siendo utilizados para la elaboración de prendas, esto se torna más aun en empresas o industrias que quieren iniciar o incursionar en este sector, pues quienes presentan sus prendas en

eventos como estos son reconocidos personalidades que llevan un gran recorrido en sus diseños y modas, sirviendo esto como orientación a pequeñas y medias empresas.

Estudio de viabilidad para la creación de una empresa textil, (Niño Montoya, 2018).

Estudio de viabilidad: “el Estudio de Viabilidad, también llamado Estudio Previo o Estudio Preliminar, tiene por objeto comprobar si en un proyecto existen soluciones que cumplan los objetivos definidos en el planteamiento inicial y determinar que son viables física, legal, social, económica y financieramente”, (Universidad Politécnica de Cartagena, 2018). Por lo evidenciado, el propósito del Estudio de Viabilidad, conocido también como Estudio Previo o Estudio Preliminar, es verificar la presencia de soluciones que se ajusten a los objetivos establecidos en la fase inicial del proyecto, así como determinar su viabilidad en términos físicos, legales, sociales, económicos y financieros. Al momento de plasmar sus respectivos estudios técnicos le permite visualizar si la idea de negocio que el expone es rentable y sostenible, permitiendo mantener una globalización de la misma. Y es que precisamente los estudios técnicos están basados en determinar si en efecto tanto iniciando como a futuro la productividad vaya a generar realmente una buena comercialización o aceptación por parte de los consumidores, pues a falta de muchos de estos estudios técnicos ha habido negocios y empresas que están llamadas al fracaso por carecer de visibilidad futura como la mala implementación por circunstancias de tiempo, ubicación y consumidor no adecuado para incrementar las ventas de la producción tanto en la parte financiera por la poca aceptación del producto como son riesgos que indiscutiblemente no pueden dejarse al azar.

Inteligencia de Mercados-Textiles y confecciones en Colombia, (Legis Comex, 2012) estudios o usos análogos, mechas y material de textil tejidas. **Inteligencia de**

Mercados Textiles: hace referencia a la capacidad de cambio y de adaptación inteligente de los mercados textiles, (Legis Comex, 2012). En otras palabras, la inteligencia de mercados textiles demarca los patrones de desarrollo y evolución que esta tiene inmersa en sus distintas técnicas y sus herramientas. La inteligencia en este tipo de mercados juega indiscutiblemente un papel muy importante pues no es suficiente con que existan las ultimas herramientas que existen en el mercado a la hora de confeccionar, como tampoco es suficiente que los materiales textiles sean los de mejor calidad, sino por el contrario con este cumulo de requisitos crear y confeccionar de una manera inteligente de tal manera que el producto que ha de circular en el mercado sea de acogida por quienes pueden adquirirlo y que se sienta satisfechos a la hora de usarlos pues un cliente satisfecho por una prenda que le ha agradado lo más seguro es que vuelva por más.

Marco Legal

Tabla 1

Marco Legal

Norma	Fecha	Descripción
Ley 172	20/12/1994.	Aprobación del tratado de libre comercio entre México y Colombia, (MINCIT, 2018).
Ley 1143	14/07/2007	Acuerdo de promoción comercial entre Colombia y Estados Unidos. (MINCIT, 2023).
Decreto 1074	26/05/2015	Decreto único reglamentario del sector comercio, industria y Turismo. (MINCIT, 2015).
Decreto 1165	02/07/2019	Regulación Aduanera Colombiana. (DIAN, 2019).

Resolución 1264	26/07/2007	Por la cual se expide el reglamento Técnico de Etiquetado de Confecciones. (MINCIT, 2022).
--------------------	------------	--

Nota: esta tabla relaciona las principales leyes, reglamentos y estatutos a tener en cuenta en lo que concierne a la industria textil

Diseño De La Investigación

Tipo de Investigación

El tipo de investigación que se lleva a cabo para este plan de negocios se basa principalmente en una investigación de mercado y viabilidad del negocio abordado. En esta, la investigación de mercado se centrará en comprender el mercado local de ropa infantil en Cúcuta. Además, este tipo de investigación permite evaluar la viabilidad financiera y operativa del negocio.

Método

Etapas 1: Estudio de Mercado

En esta fase inicial, se realizarán dos encuestas clave para recopilar información esencial sobre el mercado y las preferencias de compra de ropa infantil en Cúcuta. Las encuestas, "Preferencias de Compra de Ropa Infantil en Cúcuta" y "Encuesta de Estudio de Mercado para Ropa Infantil en Cúcuta", permitirán comprender las necesidades y deseos de los clientes, así como evaluar la demanda y la competencia en la región.

Etapa 2: Análisis Técnico

En esta etapa, se llevará a cabo un análisis técnico exhaustivo. Se evaluará la tecnología a utilizar en el proceso de manufactura de la ropa infantil, se definirá el proceso de producción y se determinará el perfil de los operarios necesarios para el funcionamiento eficiente de la empresa.

Etapa 3: Aspectos Organizativos y Administrativos

Esta fase se centrará en la estructura organizativa y administrativa de la empresa. Se definirán roles y responsabilidades, se establecerán políticas y procedimientos operativos, y se desarrollará un plan de gestión de recursos humanos para garantizar una operación fluida y eficiente.

Etapa 4: Evaluación Financiera y Económica

La evaluación financiera es crucial para determinar la viabilidad económica del proyecto. Se llevará a cabo un análisis detallado que incluye:

Flujos de Caja y Demanda: Se proyectarán los flujos de caja a lo largo del tiempo, considerando los ingresos esperados y los gastos operativos.

Costos y Gastos: Se identificarán y cuantificarán todos los costos y gastos asociados con la operación de la empresa, incluyendo costos de producción, administrativos y financieros.

Indicadores y Métodos de Evaluación Económica

VAN (Valor Actual Neto): Se calculará el VAN de los flujos de caja proyectados a lo largo del tiempo. Un VAN positivo indica que el proyecto es rentable.

TIR (Tasa Interna de Retorno): Se determinará la TIR, que indica la rentabilidad del proyecto.

Payback Period (Periodo de Recuperación): Se calculará el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial.

Razón de Cobertura de Intereses: Se medirá la capacidad de la empresa para cubrir los gastos financieros.

Margen de Beneficio: Se calculará el margen de beneficio neto.

Índice de Rentabilidad: Se compararán los beneficios netos con la inversión total.

Análisis de Sensibilidad: Se realizará un análisis de sensibilidad para evaluar cómo cambian los resultados financieros ante variaciones en ingresos, costos y tasas de descuento.

Etapas 5: Evaluación Ambiental

Finalmente, se llevará a cabo una evaluación ambiental integral para garantizar que la empresa de confección de ropa infantil cumpla con todas las regulaciones ambientales y contribuya de manera positiva al entorno local.

Este método garantiza una evaluación exhaustiva de todos los aspectos clave del negocio, desde la investigación de mercado hasta la evaluación financiera y ambiental, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones informadas y la ejecución exitosa del proyecto de confección de ropa infantil en Cúcuta.

Desarrollo Del Trabajo De Grado

NO APLICA

Estudio de mercado

Obsérvese apéndice A

Aspectos técnicos

Dentro de este aspecto, se determina en primer lugar la ejecución e implementación del presente plan de negocios, esto es su localización que para este caso sería en la Ciudad de Cúcuta del Departamento de Norte de Santander, ya determinado el sector en el que ha de ejecutarse el mismo, so procede a implementar todo lo que tiene que ver con la organización humana esto se determina de manera conexas con el estudio de mercado, así mismo se como quiera que con el estadio mencionado en el numeral 4.1 en referencia al ámbito legal y local crear el estatuto por el cual se regirá la empresa, la distribución de la planta y la inversión en las obras físicas para con ello calcular los costos de producción.

Tecnología a Usar

Máquinas de Coser: Se emplearán máquinas de coser industriales de alta calidad, con múltiples funciones de puntada y capacidad para manejar diferentes tipos de tejidos.

Software de Diseño: Se utilizarán programas de diseño asistido por ordenador (CAD) para la creación de patrones y diseños de ropa infantil de forma precisa y eficiente.

Máquinas de Bordado: Para agregar detalles y bordados a las prendas, se utilizarán máquinas de bordado computarizado que permitan una alta personalización.

Cortadoras de Tela Automatizadas: Estas máquinas permiten un corte preciso y eficiente de los tejidos, reduciendo el desperdicio de material y acelerando el proceso de producción.

Sistemas de Gestión de Inventarios: Se implementará un software de gestión de inventario para mantener un control eficiente de los materiales y productos terminados.

Tabla 2 Maquinas y tecnología

Tecnología a Usar	Descripción
Máquinas de Coser	Máquinas de coser industriales de alta calidad con múltiples funciones de puntada y capacidad para diferentes tejidos.
Software de Diseño	Programas de diseño asistido por ordenador (CAD) para la creación precisa y eficiente de patrones y diseños de ropa infantil.

Tecnología a Usar	Descripción
Máquinas de Bordado	Máquinas de bordado computarizado para detalles y bordados altamente personalizables en las prendas.
Cortadoras de Tela Automatizadas	Máquinas automatizadas para el corte preciso y eficiente de tejidos, reduciendo el desperdicio de material y acelerando la producción.
Sistemas de Gestión de Inventarios	Implementación de software de gestión de inventario para un control eficiente de materiales y productos terminados.

En la Tabla 2, se puede apreciar de forma detallada las maquinarias y programadores tecnológicos con los cuales se podrá confeccionar y materializar las respectivas prendas a distribuir.

Son maquinaria y programación actualizadas con las que se contaría, esto obediendo a un excelente estudio técnico realizado en las últimas tecnologías que se cuenta para este tipo de confecciones, de los cuales ya se encuentra disponibles en grandes mayorías de fábricas confeccionistas para otras prendas de vestir.

Con esta tecnología y maquinaria se lograr confeccionar con mayor calidad y de forma mayoritaria el número de prendas que se tiene estimado producir de manera mensual y anual, logrando las respectivas proyecciones trazadas.

Proceso de Manufactura

Diseño y Patrones: El proceso comienza con el diseño de la ropa infantil y la creación de patrones utilizando software CAD.

Selección de Materiales: Se eligen los tejidos y materiales adecuados para cada prenda, considerando factores como la comodidad y la seguridad de los niños.

Corte de Tela: Las máquinas cortadoras de tela automatizadas se utilizan para cortar los patrones de manera eficiente.

Costura y Ensamblaje: Los operarios capacitados ensamblan las prendas utilizando máquinas de coser industriales. Se presta especial atención a la calidad de las costuras y la durabilidad de las prendas.

Bordados y Detalles: Cuando sea necesario, se añaden bordados y detalles personalizados a las prendas utilizando máquinas de bordado computarizado.

Control de Calidad: Cada prenda se somete a un riguroso control de calidad para garantizar que cumple con los estándares de seguridad y calidad.

Embalaje y Etiquetado: Las prendas terminadas se empaquetan de manera profesional y se etiquetan correctamente.

Almacenamiento y Distribución: Las prendas se almacenan de manera ordenada y se distribuyen a tiendas minoristas o directamente a los clientes, según el modelo de negocio.

Perfil de Operarios:

Sastres y Costureras: Personal altamente capacitado en costura y con experiencia en la confección de ropa infantil.

Diseñadores de Moda: Profesionales encargados de la creación de diseños y patrones.

Operadores de Máquinas: Personal especializado en el manejo de las máquinas de coser, bordado y corte de tela.

Inspectores de Calidad: Responsables de asegurar que cada prenda cumpla con los estándares de calidad.

Especificaciones Técnicas de Máquinas y Equipos

Máquinas de Coser: Se utilizarán máquinas de coser industriales de marcas reconocidas, con diferentes tipos de puntada y capacidad para coser tejidos de algodón, lana, sintéticos, entre otros.

Máquinas de Bordado: Máquinas computarizadas de alta precisión que permiten bordados personalizados y detallados.

Cortadoras de Tela Automatizadas: Equipos de corte con control numérico que garantizan cortes precisos y reducen el desperdicio de material.

Software CAD: Programas de diseño asistido por computadora que facilitan la creación de patrones y diseños de ropa infantil.

Sistemas de Gestión de Inventarios: Software específico para el seguimiento y control de los materiales y productos terminados en el almacén.

Aspectos Organizativos y administrativos

Organizar de manera clara y precisa del Manual de funciones que ha de cumplir cada empleado o funcionario que conformaran la respectiva empresa de confección de ropa planteada en este plan de negocios, así como el respectivo organigrama de los directivos y la subordinación de que debe existir dentro de los superiores y empleados, los respectivos contratos labores conforme a la legislación laboral colombiana.

Dentro de los aspectos legales se tendrá en cuenta la documentación que se debe diligenciar ante la cámara de comercio de Cúcuta. Asimismo, se tendrá en cuenta lo siguiente: Ley 172 y Ley 1143 para determinar aspectos legales de comercio internacional. Así como el decreto 1074 para lo reglamentario del sector comercio, industria y Turismo. El Decreto 1165, en los aspectos de Regulación Aduanera Colombiana; y la Resolución 1264, por la cual se expide el reglamento Técnico de Etiquetado de Confecciones.

Para el apartado del manual de confecciones, se tendrá en cuenta lo recomendado por el portal web de la Función Pública (2015) en Colombia, que recomienda lo siguiente:

El manual debe contener los siguientes elementos:

Identificación y ubicación del empleo.

Contenido funcional: que comprende el propósito principal y la descripción de funciones esenciales del empleo.

Conocimientos básicos o esenciales.

Competencias Comportamentales.

Requisitos de formación académica y experiencia.

Para la estructura organizativa, se toma a Pérez, (2021), quien expresa el tipo de estructuras organizativas y sus características. Entre la que destaca la estructura funcional, como: Una estructura organizativa funcional se establece con el propósito de satisfacer las necesidades de diferentes niveles de jerarquía, teniendo un especialista o líder de sección al mando de cada uno de estos niveles. En cuanto a sus características, en este sistema empresarial se da prioridad a la especialización y al trabajo orientado

hacia objetivos específicos, lo que implica la reducción de la multiplicidad de funciones. No obstante, esto no elimina la posibilidad de que los miembros de los equipos reciban instrucciones de múltiples jefes o responsables, lo que puede dificultar la comunicación. De hecho, uno de los riesgos asociados a este modelo es la generación de ambientes laborales poco estables. Por consiguiente, es esencial fomentar la especialización de cada empleado para que puedan desarrollar sus capacidades y habilidades, lo que a su vez conduce a una mayor motivación y promueve una comunicación más directa y ágil, sin intermediarios, a través de fórmulas más descentralizadas. (Pérez, 2021).

Evaluación financiera y económica

Estudiar temas tales como oferta, demanda, tasa de interés de mercado, el tipo de cambio y competencia, todas estas se desarrollarían con los estudios antes mencionados en apoyo de las diferentes encuestas y visitas referidas en los numerales anteriores, con la cual se podrá determinar el punto de equilibrio a futuro, calcular y definir metas e incluso el punto de partida, a igual forma determinar inversiones en temas de infraestructura, herramientas e instrumentos a utilizar y gastos e inversiones.

A continuación, se describe un enfoque general para llevar a cabo esta evaluación:

Flujos de Caja y Demanda:

Identificar y estimar la demanda del mercado para la ropa infantil. Esto implica investigar y analizar el tamaño del mercado, las tendencias de consumo y la competencia.

Proyectar los ingresos mensuales basados en la demanda estimada y los precios de venta. Puede ser útil realizar un análisis de sensibilidad para evaluar diferentes escenarios de demanda.

Identificar los periodos de producción y ventas. La producción de ropa infantil suele tener ciclos estacionales, por lo que es importante considerar estos patrones al consolidar los flujos de caja.

Estimar los flujos de efectivo mensuales teniendo en cuenta los ingresos por ventas y los posibles retrasos en los pagos de los clientes.

Costos y Gastos:

Desglosar los costos de producción, que pueden incluir materias primas, mano de obra, maquinaria y otros costos directos.

Identificar los costos operativos fijos, como el alquiler de instalaciones, servicios públicos, seguros y salarios de empleados permanentes.

Estimar otros gastos variables, como costos de marketing y publicidad, gastos de envío y costos financieros si se requiere financiamiento.

Calcular los impuestos y otros costos relacionados con la legalidad y la regulación empresarial.

Indicadores y Métodos de Evaluación Económica:

VAN (Valor Actual Neto): Calcular el VAN de los flujos de caja proyectados a lo largo del tiempo. Un VAN positivo indica que el proyecto es rentable.

TIR (Tasa Interna de Retorno): La TIR es la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero. Cuanto mayor sea la TIR, más atractivo será el proyecto.

Payback Period (Periodo de Recuperación): Determinar cuánto tiempo tomará recuperar la inversión inicial con los flujos de efectivo generados por el proyecto.

Razón de Cobertura de Intereses: Medir la capacidad de la empresa para cubrir los gastos financieros mediante la relación entre los flujos de efectivo operativos y los intereses pagados.

Margen de Beneficio: Calcular el margen de beneficio neto, que es la diferencia entre los ingresos totales y los costos totales expresados como un porcentaje de los ingresos.

Índice de Rentabilidad: Este indicador compara los beneficios netos con la inversión total en el proyecto.

Análisis de Sensibilidad: Realizar un análisis de sensibilidad para evaluar cómo cambian los resultados financieros ante variaciones en los ingresos, costos o tasas de descuento.

Evaluación Ambiental de la empresa

Con esta evaluación se podrá determinar la responsabilidad y compromiso empresarial que debe tener la empresa de cara con evitar causar perjuicio al medio ambiente, por lo que se hace indispensable conocer y aplicar para ello la norma de ISO 14001 sobre el sistema de gestión ambiental, para demostrar que le empresa es respetuosa del ecosistema y medios ambiente, como también evitar con ello incurrir en posibles multas en detrimento del capital de los inversionistas o socios.

Resultados

Estudio de mercado

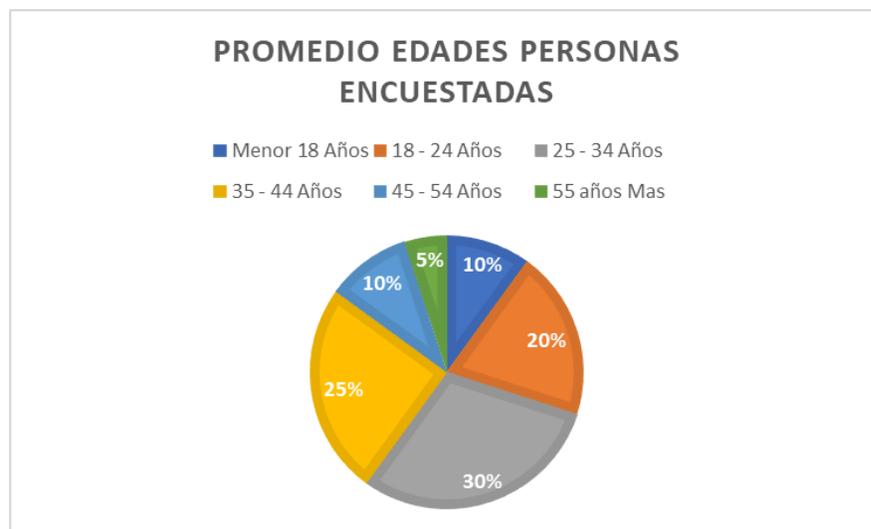
Para las encuestas realizadas y que a continuación se relacionan se obtuvo como tamaño de la muestra la de 167 personas dentro del grupo de población que comprende la ciudad de Cúcuta que cuenta con tamaño poblacional de 711.715 habitantes según

información del DANE 2018, aplicadas con un margen de error de 10 y un nivel de confianza del 99%.

Resultados unificados de las dos encuestas Información Demográfica:

Ilustración 1

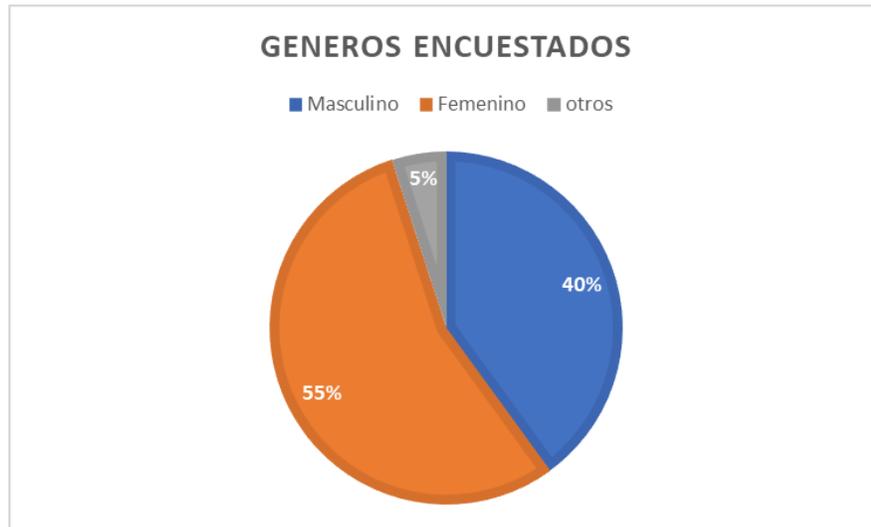
Promedio de edades personas encuestadas



Nota. Se observa dentro de la gráfica que de las 167 personas encuestadas el 30% de estas oscilan entre 25 a 34 años de edad, el 25% se encuentran en un rango de edad de 35 a 44 años, el 20% entre 18 a 24 años de edad, una minoría con el 10% entre 45 a 54 años de edad, 10% menor de 18 años y 5% mayor de 55 años.

Ilustración 2

Género de personas encuestadas



Nota. Se observa dentro de la gráfica que, de las 167 personas encuestadas, 55% de estas son femeninas, el 40% son de género masculino y una minoría del 5% otros, para un total del 100%.

Ilustración 3

¿Tiene hijos?

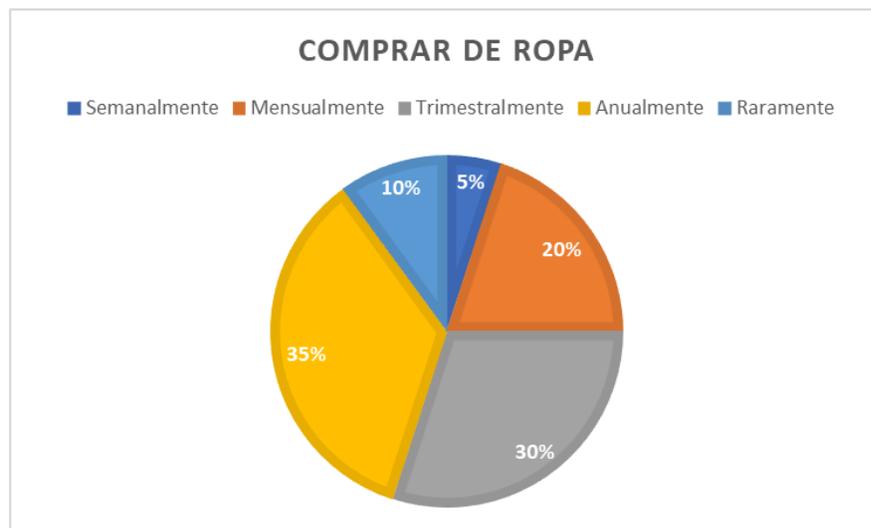


Se observa dentro de la gráfica que de las 167 personas encuestadas el 65% de estas personas tienen hijos, y el 35% no tienen hijos.

Comportamiento de Compra

Ilustración 4

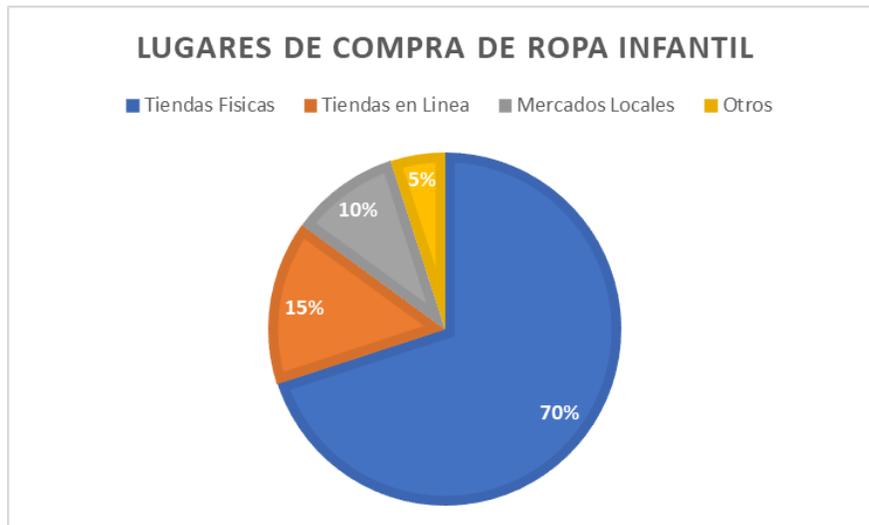
Frecuencia de Compra de Ropa Infantil:



Nota. Se observa dentro de la gráfica que de las 167 personas encuestadas nos indican que un 35% compra ropa anualmente, el 30% trimestralmente, un 20% mensualmente, 10% raramente y una minoría del 5% semanalmente.

Ilustración 5

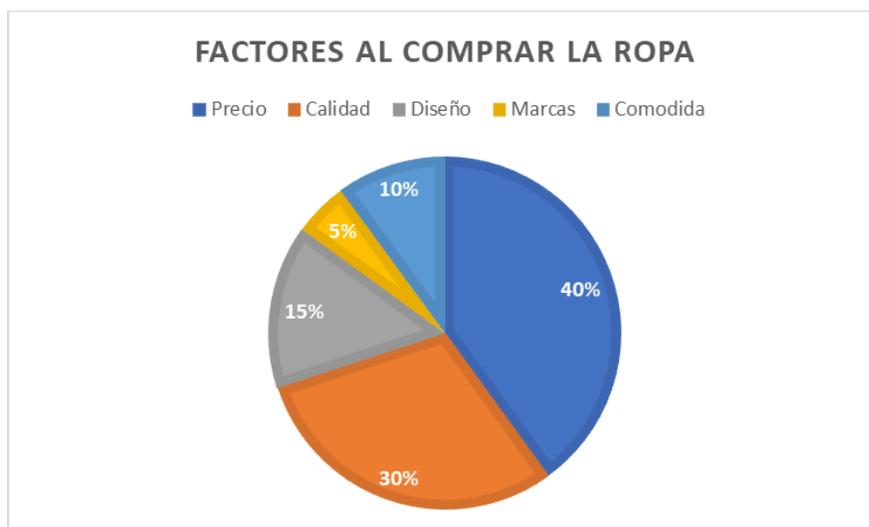
Nota. Lugares de Compra de Ropa Infantil:



Se observa dentro de la gráfica que de las 100 personas encuestadas nos indican que un 70% compran la ropa niños en Tiendas Físicas, un 15% Tiendas en línea, un 10% mercados locales y un 5% de otras formas.

Ilustración 6

Factores Importantes al Comprar Ropa Infantil:

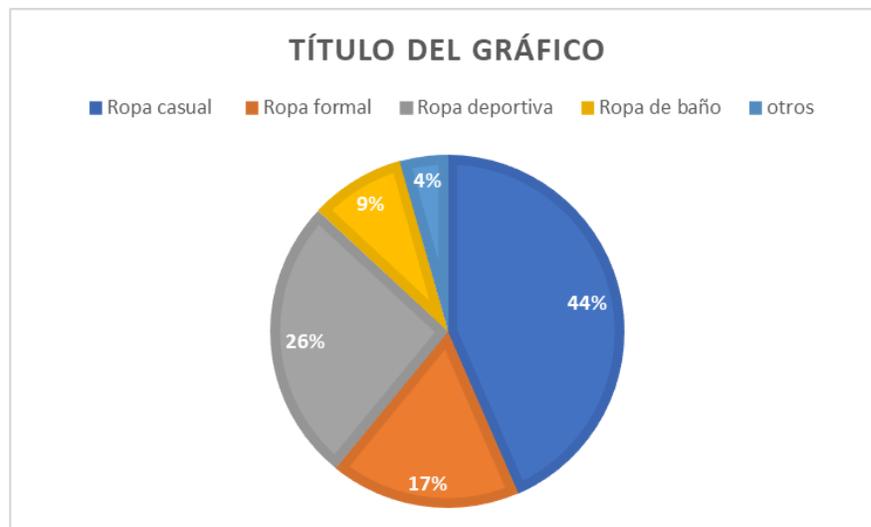


Nota. Se observa dentro de la gráfica que de las 167 personas encuestadas nos indican que un 40% tienen en cuenta a la hora de comprar el precio, un 30% la calidad, un 15% el diseño, un 10% la comodidad y un 5% las marcas.

Preferencias sobre Ropa Infantil

Ilustración 7

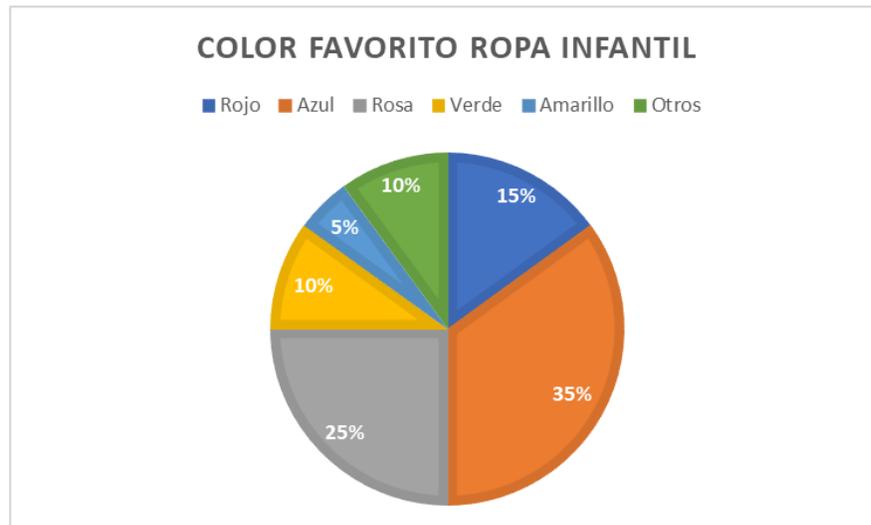
Tipo de Ropa Infantil Preferida



Nota. Se observa dentro de la gráfica que de las 167 personas encuestadas nos indican que un 44% prefieren la ropa infantil casual, un 26% la prefieren deportiva, un 17% formal, un 9% de baño y una minoría del 4% de otras formas.

Ilustración 8

Color Favorito para la Ropa Infantil:

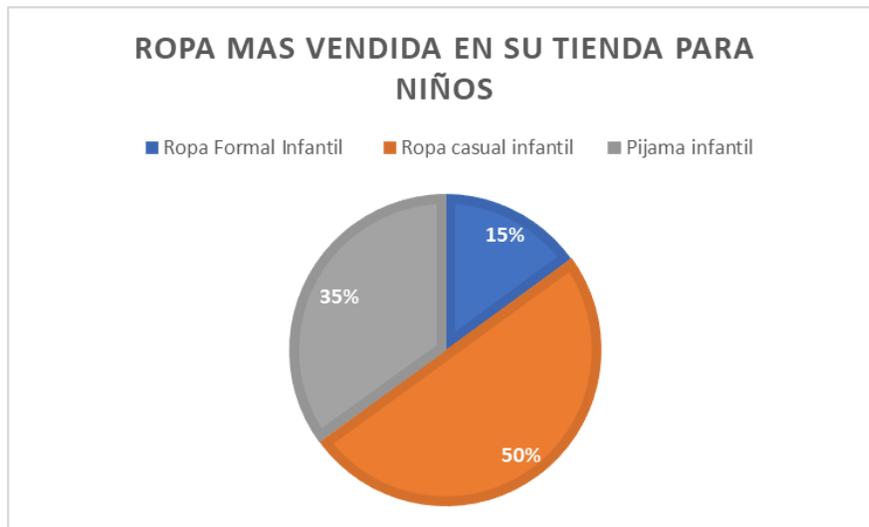


Nota. Se observa dentro de la gráfica que de las 167 personas encuestadas nos indican que un 35% dicen que el color favorito en prendas infantiles es el azul, un 25% rosa, un 15% rojo, dos 10% dicen que verdes y otros y una minoría del 5% amarillo.

Prendas más vendidas

Ilustración 9

¿Cuáles son las prendas para niños que más venden en su tienda?



Nota. Se observa dentro de la gráfica que de las 167 personas encuestadas nos indican un 50% de ellas, que la ropa de niños más vendida en sus tiendas es casual infantil, el 35% dicen que pijamas infantiles y un 15% ropa formal infantil.

Lugares de mayor afluencia

Ilustración 10

¿En qué zonas comerciales del perímetro metropolitano de Cúcuta observa una mayor afluencia de consumidores interesados en ropa infantil?

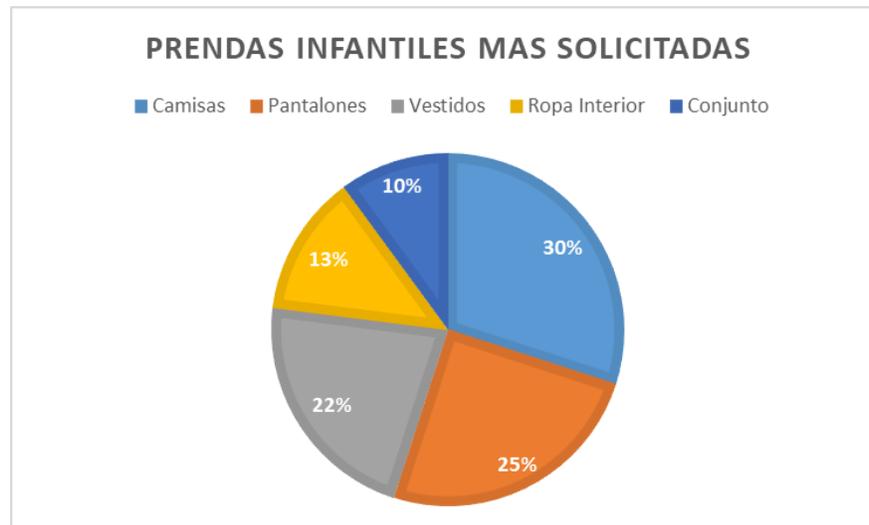


Nota. Se observa dentro de la gráfica que de las 100 personas encuestadas nos indican un 70% de ellas, que la zona más frecuentada por el consumidor es la céntrica de Cúcuta, un 28% el sur de la Ciudad y una minoría del 2% en el norte.

Prendas más solicitadas por la comunidad

Ilustración 11

¿Cuáles son las prendas infantiles más solicitadas por sus clientes?



Nota. Se observa dentro de la gráfica que de las 167 personas encuestadas un 30% de ellas, que las prendas infantiles más solicitadas es camisas, un 25% pantalones, 22% vestidos, 13% ropa interior y un 10% conjuntos.

Visitas a fábricas o centros de producción:

Ilustración 12

¿Ha realizado visitas a las fábricas o centros industriales textiles en Cúcuta para conocer la producción de prendas para niños y adolescentes?



Nota. Se observa dentro de la gráfica que de las 167 personas encuestadas que un 90% de ellas, no han acudido a estos lugares para conocer la producción de prendas para niños, y un 10 % dice lo contrario que sí.

Ilustración 13

¿Qué detalles sobre las fábricas visitadas y lo que más llamó su atención?

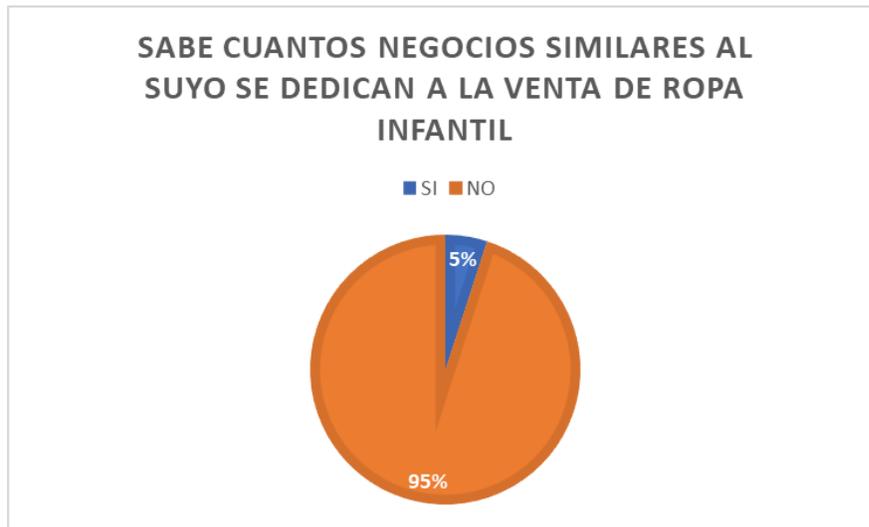


Nota. Se observa dentro de la gráfica que de las 167 personas encuestadas un 70% que le llamo la atención de la variedad de prendas que se apreciaron en este lugar, un 20% dice que la atención al cliente y una minoría del del 10% la arquitectura del lugar.

Cantidad de tiendas especializadas en ropa infantil:

Ilustración 14

¿Tiene una estimación aproximada de cuántas tiendas o negocios similares al suyo se dedican a la venta de ropa infantil en Cúcuta?



Nota. Se observa dentro de la gráfica que de las 167 personas encuestadas un 95% dicen que no conocen tiendas similares que vendan este producto, y un 5% dicen que sí.

Prendas más apetecidas por el gremio:

Ilustración 15

En su experiencia, ¿cuáles son las prendas o estilos que el gremio de comerciantes de ropa infantil en Cúcuta considera más apetecidas por los consumidores?



Nota. Se observa dentro de la gráfica que de las 167 personas encuestadas un 30% dicen que las prendas más apetecidas por el consumidor en cuento a ropa infantil son camisas, unas 3 porciones del 20% dicen en misma cantidad pantalones, conjuntos y vestidos y un 10% ropa interior.

Tendencias en la compra de ropa infantil:

Ilustración 16

¿Ha notado alguna tendencia reciente en la compra de ropa infantil, como colores de moda, personajes populares, o cambios en las preferencias de los padres y madres?



Nota. Se observa dentro de la gráfica que de las 167 personas encuestadas un 83% dicen que influye a la hora de comprar los padres la ropa a sus infantes en personajes populares y una minoría del 17% dice que el color.

Demanda Potencial y Real

Demografía del Consumidor: La mayoría de los consumidores potenciales tienen entre 25 y 44 años, son principalmente mujeres con hijos. Esto sugiere que las madres son el grupo demográfico clave para la compra de ropa infantil en Cúcuta. Además, el 65% de los encuestados tienen hijos, lo que indica un mercado sólido para ropa infantil.

Comportamiento de Compra: La mayoría de los consumidores compran ropa infantil trimestral o anualmente en tiendas físicas. Esto implica una demanda real estable, pero también un potencial de crecimiento si se pueden atraer a clientes que compran con

menor frecuencia.

Preferencias sobre Ropa Infantil: Las preferencias de ropa infantil incluyen ropa casual (50%) y ropa deportiva (30%). Estos segmentos tienen una demanda real y potencial significativa. Los colores más populares son el azul (35%) y el rosa (25%), lo que indica que estas opciones de color deben ser destacadas en el surtido de productos.

Precios

Factores Importantes al Comprar Ropa Infantil: El precio es un factor crucial para el 40% de los consumidores. Esto sugiere que la estrategia de precios debe ser competitiva y atractiva, sin comprometer la calidad.

Competencia: Dado que se estima que existen alrededor de 50 tiendas similares en Cúcuta, la competencia en términos de precios será intensa. La diferenciación de la oferta mediante precios atractivos y promociones podría ser clave para ganar cuota de mercado.

Canales de Comercialización

Lugares de Compra de Ropa Infantil: El 70% de los encuestados prefieren comprar en tiendas físicas. Esto enfatiza la importancia de tener una presencia física en zonas comerciales concurridas, como el centro de la ciudad y un centro comercial popular.

Tiendas en Línea: Aunque el 15% de los encuestados compran en línea, este canal no es tan popular como las tiendas físicas. Sin embargo, aún representa una oportunidad para llegar a un segmento específico de clientes.

Estrategias de Mercado

Calidad y Precio: Dado que la calidad y el precio son factores críticos para los compradores, la estrategia de marketing debe enfocarse en ofrecer productos de alta

calidad a precios competitivos. Esto podría incluir promociones especiales o paquetes que hagan que la compra sea más atractiva.

Diversificación del Producto: Dado que la ropa casual y deportiva son las preferidas, se debe mantener un surtido diverso que refleje estas preferencias. Además, se debe prestar atención a los colores populares, como el azul y el rosa.

Ubicación Estratégica: Establecer una tienda en las zonas comerciales más concurridas, como el centro de la ciudad y un centro comercial popular, puede ser beneficioso para aprovechar la afluencia de clientes potenciales.

Diferenciación: Para destacar en un mercado competitivo, considerar la oferta de prendas de diseño exclusivo y conjuntos a juego, que son populares entre los consumidores. También se puede explorar la sostenibilidad como un valor agregado.

Marketing en Línea: Aunque las compras en línea no son la preferencia principal, se debe tener una presencia en línea sólida y utilizar estrategias de marketing digital para atraer a clientes que buscan comodidad y variedad en la compra de ropa infantil.

Aspectos Técnicos

Tabla 3 Inversiones en máquina, fuente: estudios de mercadeo

INVERSION EN MAQUINARIA				
Maquina	Cantidad	Valor Unitario	Valor Cantidad	
Maquina de cocer	6	\$1.139.000	\$ 6.834.000	
Maquina de Bordado	3	\$3.199.000	\$ 9.597.000	
Computadores con Softward CAD	3	\$2.800.000	\$8.400.000	
Instalacion de Software de gestión de inventarios	3	\$600.000	\$1.800.000	
Total	15	\$7.738.000	\$ 26.631.000	
INVERSION DE TRABAJO				
Concepto	Cantidad	Sueldo mensual	sueldo Trimestral	
Aseo y servicios Varios	1	\$ 1.500.000	\$ 4.500.000	
Operarios de Maquina	3	\$ 4.500.000	\$ 13.500.000	
Diseñador	1	\$ 2.200.000	\$ 6.600.000	
Personal Administrativo	5	\$ 8.500.000	\$ 25.500.000	
Total	10	\$ 16.700.000	\$ 50.100.000	
Total Inversion Inicial			\$ 76.731.000	
Gastos de Constitución (10% de la inversion inicial)			\$ 7.673.100,00	
GRAN TOTAL INVERSION INICIAL			\$ 84.404.100,00	

Nota. Referenciando la Tabla 5. Se puede apreciar de manera detallada la inversión en maquinaria y nomina para los tres primeros meses.

Flujo de Proceso de Producción:

El proceso de producción de la ropa infantil consta de varias etapas:

Ilustración 17

Diseño y Patrones



Nota. Se aprecia en la ilustración un diseño de la ropa infantil utilizando software CAD

Ilustración 18

Selección de Materiales



Nota. Elección de tejidos y materiales adecuados para cada prenda considerando factores como comodidad y seguridad infantil.

Ilustración 19

Corte de Tela



ELABORADO POR:
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR: Asesor de
FECHA APRÓBACION:

Nota. Se aprecia la utilización de máquinas cortadoras de tela automatizadas para cortar los patrones de manera eficaz.

Ilustración 20

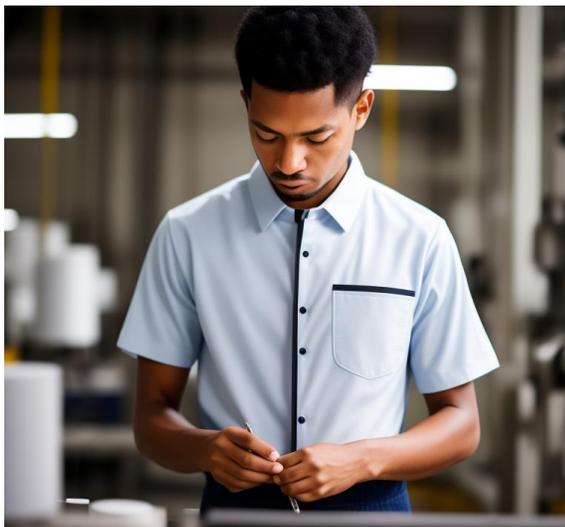
Costura y Ensamblaje



Nota. Se aprecia en la ilustración las costuras de las prendas por partes de sastres y costureras altamente capacitados.

Ilustración 21

Control de Calidad



Nota. Se observa Inspección rigurosa de cada prenda para asegurar estándares de seguridad y calidad.

Ilustración 22

Embalaje y Etiquetado; Almacenamiento y Distribución



Nota. Se observa la forma adecuada del embalaje y colocación de las prendas

Plan de Producción

Establecer un cronograma de producción para cada tipo de prenda.

Determinar la cantidad de materiales necesarios.

Asignar personal a las diferentes etapas del proceso.

Establecer metas de producciones diarias o semanales.

Planificar el almacenamiento y la distribución de las prendas terminadas.

Costos de Producción

Costo de materiales (tejidos, hilos, botones, etc.).

Salarios y beneficios del personal.

Costos de maquinaria y equipos.

Gastos de energía y mantenimiento de equipos.

Costos de marketing y promoción.

Gastos administrativos.

Costos de almacenamiento y distribución.

Impuestos y licencias.

Capacidad de Producción de la Empresa:

Capacidad de producción anual de: 10,000 piezas de ropa infantil.

Tabla 4 Costos y gastos, Fuente: estudios económico realizados

COSTOS DE MATERIALES ANUAL				
Material	Unidad de medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Tota
Tejidos	Metros	5.000	\$ 3.000	\$ 15.000.000
Hilos	Carretes	2.000	\$ 1.500	\$ 3.000.000
Botones	Unidades	5.000	\$ 500	\$ 2.500.000
SALARIO PERSONAL ANUAL				
Función	Cantidad	Sueldo X Trabajador	Valor mensual	valor Anual
Aseo y servicios Varios	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 18.000.000
Operario de maquina	3	\$ 1.500.000	\$ 4.500.000	\$ 54.000.000
Diseñadores	1	\$ 2.200.000	\$ 2.200.000	\$ 26.400.000
Personal Administrativo	1 director general	\$ 3.800.000	\$ 3.800.000	\$ 45.600.000
	1 administrador	\$ 2.800.000	\$ 2.800.000	\$ 33.600.000
	1 producción	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000
	1 ventas	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 4.800.000
	1 logística	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 18.000.000
SERVICIOS PUBLICOS				
Servicio publico	Medida	consumo	Valor unidad	valor total
Energía eléctrica	Kilovatios	10.000	\$ 500	\$ 5.000.000
MANTENIMIENTO DE EQUIPO				
Mantenimiento	Periodo	Cantidad de veces	valor por vez	Valor Total
Equipos	1 año	1 vez	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000
COSTOS DE MARKETING Y PUBLICIDAD				
Actividad	Periodo	cantidad de veces	valor por vez	valor total
Publicidad	un año	4	\$ 1.000.000	\$ 4.000.000
Promoción	un año	6	\$ 2.000.000	\$ 6.000.000
COSTOS DE ALMACENAMIENTO Y DISTRIBUCION				
Objeto	Periodo	cantidad de inmuebles	valor por unidad	valor total
Alquiler de almacén	un año	uno	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000
Gastos de distribución	un año	contrato de un año	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000
IMPUESTOS Y LICENCIAS				

Objeto	Periodo	Cantidad	valor por unidad	valor total
Impuesto de sociedad	un año	N/A	N/A	\$ 8.000.000
OTROS GASTOS				
Otros gastos	N/A	N/A	N/A	\$ 6.631.000
Comisión por ventas	N/A	N/A	10%	\$ 35.000.000
Total, Egresos				\$ 319.431.000

Se aprecia en la Tabla 6. Los gastos y costos que de manera anual incurre la empresa, obsérvese de manera detallada cada ítem, los cuales suman una totalidad anual en gastos y costos de doscientos treinta y dos millones novecientos mil pesos.

Materia prima, empleado, impuestos, alquiler, servicios públicos, mantenimientos, publicidad y marketing son los objetos que se requieren y que hacen parte de los costos indispensables y necesarios para el buen funcionamiento de la empresa.

Téngase en cuenta que los gastos y costos relacionados en esta tabla representan los de un año de funcionamiento lo cual se torna viable a lo que por año se obtiene de ingresos por las ventas.

Ilustración 23

Representación gráfica de la maquinaria



Nota. Se aprecia Las máquinas de coser son herramientas esenciales en la confección textil infantil, utilizadas para unir las piezas de tela y crear las prendas. Estas máquinas industriales serán implementadas con el fin de coser y dar forma a los diferentes tipos de puntadas, lo que es crucial para adaptarse a tejidos diversos como algodón, lana y sintéticos, asegurando una costura precisa y duradera, en la confección de la empresa.

Ilustración 24

Máquina de Bordado



Nota. Las máquinas de bordado serán adición invaluable en la producción de ropa infantil, debido a que permiten personalizar y decorar prendas con detallados y específicos. Estas máquinas computarizadas ofrecerán alta precisión y la capacidad de crear bordados personalizados, lo que añada un toque único y atractivo a las prendas.

Ilustración 25.

Maquina Cortadora de Tela



Nota. Las cortadoras de tela automatizadas serán una parte esencial del proceso de confección de la empresa, pues permiten un corte preciso de las telas, reduciendo el desperdicio de material y mejorando la eficiencia en la producción. Con control numérico, garantizarán que cada pieza de tela tenga las dimensiones adecuadas para la confección.

Ilustración 26

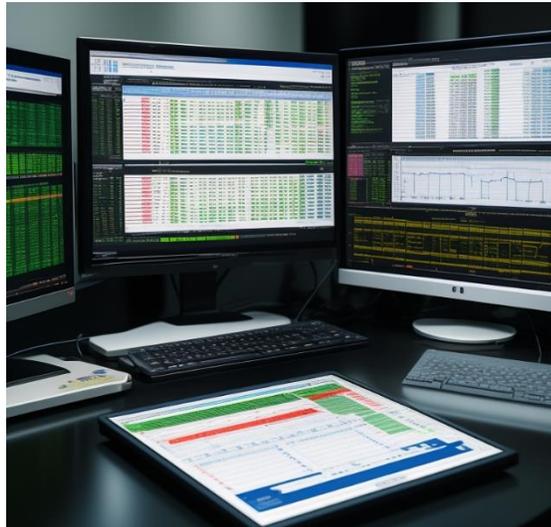
Software CAD.



Nota. El software CAD es una herramienta crucial en el diseño de ropa infantil. Estos programas de diseño asistido por computadora se usarán al momento de facilitar la creación de patrones y diseños precisos, lo que permite a la empresa desarrollar prendas atractivas y funcionales para los niños de manera eficiente.

Ilustración 27

Software de gestión de inventarios



Nota. Los sistemas de gestión de inventarios serán fundamentales para mantener un control efectivo de los materiales y productos terminados en el almacén de la empresa de confección textil infantil. Estos softwares específicos serán usados para llevar un seguimiento detallado de los niveles de inventario, lo que ayuda a optimizar la gestión de recursos y garantizar un flujo de producción eficiente.

Aspectos Organizativos y administrativos

Estructura Organizativo

La empresa implementará una estructura organizativa funcional, con una Sociedad por Acción Simplificada (S.A.S) constituida por dos socios con un

porcentaje de participación del 50% por cada uno, en línea. Esta estructura se caracteriza por tener un enfoque en la especialización y el logro de objetivos específicos. Se establecerán diferentes niveles jerárquicos, cada uno dirigido por un especialista o líder de sección, de acuerdo con las siguientes áreas funcionales:

Dirección General: Encabezada por la alta dirección, responsable de la toma de decisiones estratégicas y la supervisión general de la empresa.

Producción: Encargada de la fabricación y confección de las prendas infantiles. Aquí se incluirán diseñadores, costureros, y personal de control de calidad.

Ventas y Marketing: Responsable de la promoción y venta de los productos. Esto incluye vendedores, representantes de ventas y especialistas en marketing.

Administración y Finanzas: Encargada de las finanzas, recursos humanos y administración general. Incluye contadores, personal de recursos humanos y administradores.

Logística y Distribución: Responsable de la gestión de inventario, transporte y distribución de productos terminados.

Vinculación laboral: el personal encargado de ejecutar las actividades de operarios de maquina serán tres (3) tendrá una vinculación por medio de contrato laboral, donde exista salario, subordinación y horario, con un salario de \$1.500.000, un (01) empleado(a) de aseo y/o servicios generales quien tendrá un contrato laboral donde medie salario de 1.500.000 subordinación y horario contrato que será directamente con el empleado, un diseñador de modas con contrato de prestación de servicios por un valor de \$2.200.000 mismo este que deberá conforme como la misma ley lo establece cancelar lo referente a prestaciones sociales, y cinco (5)

personas del área administrativa de la siguiente manera; un (01) Director general quien tendrá una vinculación laboral mediante contrato de trabajo ostentando un sueldo de \$3.800.000, un (01) administrador una vinculación laboral mediante contrato de trabajo ostentando un sueldo de \$2.800.000, un (01) empleado de producción con una vinculación laboral mediante contrato de trabajo ostentando un sueldo de \$2.000.000, un (01) empleado de ventas quien tendrá contrato de prestación con un valor de \$400.000 más las comisiones que este por concepto de ventas ocasione y un (01) logístico con una vinculación laboral mediante contrato de trabajo ostentando un sueldo de \$1.500.000.

La estructura organizativa fomentará la especialización de los empleados en sus áreas respectivas, lo que aumentará su motivación y permitirá una comunicación más ágil dentro de cada departamento.

Ilustración 28

Organigrama estructural



Nota. Se puede apreciar estructuralmente como quedaría conformada la empresa en el área administrativa.

Manual de Funciones:

Obsérvese Anexo A

Evaluación Financiera y Económica

Tabla 5

Flujo de caja

	año 0	año1	año 2	año 3	año 4	año 5
Cantidad		10000	11000	12100	13310	14641
Ingresos	0	\$ 350.000.000,00	\$ 423.500.000,00	\$ 512.435.000,00	\$ 620.046.350,00	\$ 750.256.083,50
Egresos	\$ 84.404.100,00	\$ 319.431.000,00	\$ 351.374.100,00	\$ 386.511.510,00	\$ 425.162.661,00	\$ 467.678.927,10
Flujo de caja	-\$ 84.404.100,00	\$ 30.569.000,00	\$ 72.125.900,00	\$ 125.923.490,00	\$ 194.883.689,00	\$ 282.577.156,40
VPN	\$ 331.428.090,17		Variables			
TIR	87%		Cantidad inicial	10000		
Relacion B/C	\$ 1,24		Incremento anual	10%		
			Precio inicial	\$ 35.000,00		
			Incremento precio	10%		
			Incremento egresos	10%		
			Tasa de oportunidad	15%		
			Inversión Inicial	\$ 84.404.100,00		

Nota. Se aprecia en la “tabla 5” el flujo de caja desde el primer año hasta el quinto año, los ingresos, egresos

Cifras de los Presupuestos

Teniendo en cuenta un presupuesto de inversión de alrededor de \$84.404.100, con los cuales se invierte en las maquinas necesarias para el inicio de la empresa y un presupuesto de nómina para los tres primeros meses.

Cifras de los Flujos de Caja

Para estimar los flujos de caja mensuales, consideraremos los ingresos proyectados restaremos los costos y gastos.

Ingresos mensuales estimados: Basados en la demanda potencial y real.

Flujo de caja mensual = Ingresos - Costos y gastos

Año 1:

Ingresos Mensuales: \$29.166.666 millones de pesos colombianos
Costos y Gastos Mensuales: 26.7619.250 millones de pesos colombianos
Flujo de Caja Mensual =
 $\$29.166.666 - 26.619.250 = \$2.547.416$ colombianos, el flujo de caja para el primer año sería $\$2.547.416 \times 12 \text{ meses} = \$30.569.000$

Año 2:

Ingresos Mensuales: \$35.291.667 millones de pesos colombianos
Costos y Gastos Mensuales: \$29.281.175 millones de pesos colombianos
Flujo de Caja Mensual =
 $\$35.291.667 - \$29.281.175 = \$6.010.486$ millones de pesos colombianos, el flujo de caja para el segundo año sería $\$6.010.486 \times 12 \text{ meses} = \$72.125.900$

Año 3:

Ingresos Mensuales: \$42.702.916 millones de pesos colombianos
Costos y Gastos Mensuales: 32.209.292 millones de pesos colombianos
Flujo de Caja Mensual =
 $\$42.702.916 - 32.209.292 = \$10.493.624$ millones de pesos colombianos, el flujo de caja para el tercer año sería $\$10.493.624 \times 12 \text{ meses} = \$125.923.488$

Año 4:

Ingresos Mensuales: \$51.670.530 millones de pesos colombianos Costos y Gastos Mensuales: \$35.430.221 millones de pesos colombianos Flujo de Caja Mensual = \$51.670.530 - \$35.430.221 = \$16.240.309 millones de pesos colombianos, el flujo de caja para el cuarto año sería \$16.240.309 x 12 meses = \$194.883.689

Año 5:

Ingresos Mensuales: \$ 62.521.430 millones de pesos colombianos Costos y Gastos Mensuales: \$38.973.243 millones de pesos colombianos Flujo de Caja Mensual = 62.521.430 - \$38.973.243 = \$23.548.187 millones de pesos colombianos, el flujo de caja para el quinto año sería \$23.548.187 x 12 meses = \$282.577.156

Cifras de Cálculos del VPN:

Para calcular el Valor Actual Neto (VAN), utilizaremos una tasa de descuento del 15% anual y supondremos que el proyecto tiene una duración de 5 años.

$$VAN = \sum (\text{Flujo de caja año1} + \text{año2} + \text{año3} + \text{año4} + \text{año5} / (1 + \text{Tasa de descuento})^n)$$

Aplicando dicha fórmula tal y como se aprecia en la tabla No. 5 el VPN sería de \$ 331.428.090,17

Cifras de los Cálculos del RB/C (Relación Beneficio/Costo)

$$RB/C = \text{Beneficios Totales} / \text{Costos Totales}$$

En este caso tal y como se aprecia en la tabla No. 5 la relación costo beneficio sería del \$ 1,24

Cifras de los Cálculos del TIR (Tasa Interna de Retorno)

Utilizando una hoja de cálculo o una calculadora financiera, se puede determinar la Tasa Interna de Retorno que haga que el VAN sea igual a cero. Para este caso y tal como se aprecia en la Tabla No. 5 el TIR es del 87%

Evaluación Ambiental y Social

Dando aplicabilidad a cada uno de los respectivos estudios antes mencionados tales como el de mercadeo, Técnico, organizacional, financiero y ambiental se obtuvo como resultados, que es procedente la implementación y construcción de una empresa que produzca la confección de prendas para los niños niñas y adolescentes en el área metropolitana de Cúcuta, con las vistas realizadas a las diferentes fábricas de este tipo de confecciones, sumado a ello predominó en los resultados de encuestas a quienes comercializan en el sector más visitados por los compradores que en lo que refiere a prendas de los más pequeños sobre salen siempre aquellas marcas de reconocimiento nacional que suelen ser costosas y no asequibles para el consumidor promedio que habita en esta ciudad.

Se evidencia según reportes de la cámara de Comercio de la Ciudad de Cúcuta, que es muy pocas aquellas empresas encargadas de confeccionar este tipo de prendas y las que existen no son completas, sino que se distribuyen la elaboración de las mismas en apoyo con otras microempresas y a sí complementar el trabajo, razón de ello que sí es procedente la implementación de una empresa que abarque todas las etapas de producción del producto, la cual carece en esta Ciudad fronteriza.

Con los informes conclusivos de los respectivos estudios se pudo concluir e identificar que la competencia no se torna difícil, por el contrario de implementar y

materializar la empresa proyectada en este plan de negocios, podría surgir en corto plazo de manera favorable en el entendido con la proyección realizada convertirse en la número uno de la ciudad por la carencia de las mismas en esta área metropolitana

Se logró identificar que hoy en día en las diferentes entidades educativas y académicas de estudios tecnológicos y profesionales, una de las más apetecidas carreras es la de diseño de modas, lo cual en esta Ciudad existen muchos profesionales y estudiantes en esta área dispuestos a laborar y contribuir en ejecutar este plan de negocios en calidad de trabajadores como practicantes, para lo cual se podría crear acuerdos con estos establecimientos educativos.

Plan de Manejo Ambiental

La empresa reconoce la importancia de preservar el entorno natural y minimizar su impacto ambiental. Para ello, se compromete a implementar un Plan de Manejo Ambiental que cumpla con los estándares de ISO 14001. Este plan incluirá medidas como la gestión adecuada de residuos, la reducción del consumo de recursos naturales, la optimización de procesos para minimizar la contaminación y la promoción de la eficiencia energética en todas las etapas de producción. Además, se establecerá un sistema de monitoreo continuo para evaluar y mejorar constantemente el desempeño ambiental de la empresa.

Tabla 6

Plan de manejo Ambiental, fuente ISO 14001

Elemento Del Plan De Manejo Ambiental	Descripción
Objetivo	Preservar el entorno natural y minimizar el impacto ambiental. Cumplir con estándares ISO 14001.
Medidas	1. Gestión adecuada de residuos. \n 2. Reducción del consumo de recursos naturales. \n 3. Optimización de procesos para minimizar la contaminación. \n 4. Promoción de la eficiencia energética en todas las etapas de producción
Monitoreo Continuo	Se establecerá un sistema de monitoreo continuo para evaluar y mejorar el desempeño ambiental de la empresa.

A la vista de la Tabla 7. Se tiene un objetivo muy indispensable en la actualidad para las fábricas en general, la cual no es una excepción para de confecciones en las que se involucra la textilería, y es el plan de manejo ambiental.

Propuesta de RSE

La empresa reconoce su responsabilidad social empresarial y se compromete a contribuir positivamente a la comunidad en la que opera. La Propuesta de RSE se basa en la identificación de oportunidades para apoyar el desarrollo local y promover el bienestar de la sociedad. Algunas de las acciones propuestas incluyen:

Generación de empleo: Dado que la ciudad cuenta con una población de profesionales y estudiantes en el campo del diseño de modas, la empresa planea colaborar con instituciones educativas para ofrecer oportunidades de empleo y

pasantías a estudiantes y recién graduados. Esto no solo beneficia a la comunidad académica, sino que también aporta talento fresco a la empresa.

Producción local y sostenible: La empresa se compromete a producir sus prendas de manera local, lo que contribuirá al desarrollo económico de la ciudad. Además, se enfocará en la utilización de materiales sostenibles y procesos de fabricación ecológicos para reducir su huella ambiental.

Apoyo a organizaciones benéficas locales: La empresa planea establecer alianzas con organizaciones benéficas locales que se dediquen al bienestar infantil y la educación. A través de donaciones y actividades de voluntariado, la empresa buscará contribuir a mejorar la calidad de vida de los niños y niñas de la comunidad.

Conclusiones

Haber ejecutado y realizado este plan de negocios se logra con él, obtener resultados concretos y específicos, en lo que concierne al comercio de textiles y prendas para los menores de la casa en el sector del área metropolitana de Cúcuta, claramente se pudo poner en evidencia la falta de ideas innovadoras al momento de crear prendas modernas a la vanguardia y de buena calidad, es sin duda un margen que se debe mejorar al momento de la creación o confección de estas prendas, es decir la de los menores, identificando por diferentes medios y herramientas que el objetivo principal de los que hoy se dedican a este tipo de confección, específicamente a niños, niñas y adolescentes, lo hacen enfrascándose en su mayoría en crear cantidad y no calidad, y que dentro de los resultados obtenidos es claro que la prenda no es hecha con ese espíritu moderno, descuidando o dejando aparte el estilo con que una prenda ha de confeccionarse o sacarse al mercado, esto obedeciendo al pensamiento que el valor que se le impone a cada prenda no es suficiente para que un confeccionista le dedique un espíritu de moda al momento de confeccionarlo.

Uno de los problemas centrales de este plan de negocios, fue, qué a diferencia de la confección de prendas para personas adultas, al momento de identificar el gusto que predomina en ellas, hace menos difícil los estudios pues, bajo la opinión de quienes las compran se puede identificar tal gusto que predomina en el mercado, situación está que no fue tan fácil para niños, pues como es evidente en este caso quien nos podría indicar el gusto al momento de vestir

una prenda sería directamente los niños, por lo que se tornó un poco más difícil identificar tal situación, como tal vez no sucedería con los adultos.

Aun así, y con ayuda de los más grandes y sus progenitores, no se puede desconocer que los niños, niñas y adolescentes, al momento de comprar una prenda, obviamente por medio de sus tutores, prefieren que esta sea o esté hecha a la vanguardia y estilo que impone los mismos medios de televisión, programas e incluso las mismas redes sociales, es decir que la prenda este diseñada bajo esta moda.

Concluyendo de cara con cada uno de los objetivos específicos tenemos que:

Del objetivo específico No. 1 El haber desarrollado un adecuado estudio de mercado se logró determinar por los diferentes medios utilizados tales como encuestas y visitas tanto a la zona comercial como fábricas del producto textil, la viabilidad en desarrollar y materializar lo proyectado en este plan de negocios, obteniendo como resultado que vale la pena iniciar o incursionar en este negocio dentro del área metropolitana de Cúcuta y sus alrededores, de lo cual sin erros de dudas será de mucha prosperidad la fabricación y comercialización de ropa para esta población en específico, teniendo ya identificado el sector con mayor auge de distribución como la clase de prendas más apetecidas por los Cucuteños e incluso los Norte Santandereanos.

Del objetivo específico No. 2 Se tiene que mediante la evaluación técnica fue indispensable en el desarrollo de este plan de negocios, se logró concluir e identificar todo los materiales que se requieren para la fabricación de esta prendas, que en su mayoría se podría realizar con telas producidas en el territorio nacional y

una minoría de importación, toda vez que en la actualidad en ciudades principales como Medellín, Cali y Bogotá se producen telas de buena calidad que es lo que se requiere para materializar el plan de negocios, a igual forma cuales todas aquellos aspectos técnicos y humanos necesario que se requieren para la confección de ropa infantil mismos estos que si pudieron identificar por medio de diagramas de flujo, flujo gramas de proceso, organigramas y los respectivos manuales de procesos.

Del objetivo específico No. 1 se puede concluir que fue indispensable contar con la asesoría legal, donde se evaluó lo concerniente a la parte administrativa, para ello mediante la asesoría de profesionales en el derecho a fin de identificar y poder tener muy claro los factores que tienen que ver con aspectos legales, donde se concluyó que es posible sin error de quebrantar leyes y reglamentos como surgir la empresa de textil a la vida jurídica, su creación y posterior registro ante la autoridad competente tales registrar el tipo de sociedad comercial ante la respectiva cámara de comercio, los temas del registro del tributo ante la DIAN, esto para que pueda existir y funcionar sin ningún tipo de inconveniente en la Ciudad de Cúcuta.

Del objetivo específico No. 4 con apoyo de contadores y personal expertos en la materia, se logró determinar y realizar una adecuada evaluación financiera que se requiere para la inversión y proyección del capital a inyectar durante la ejecución al menos de inicio de la empresa, pudiendo identificar tanto ganancias como riesgos del mismo y concluyendo que a coroto plazo se puede encontrar el punto de equilibrio desde la fecha de inicio, de igual forma se determinó que con el fin de

llevar una adecuada administración financiera y contable lo más adecuado y recomendable es llevar estas por medio de programas y facturas electrónicas que la misma DIAN ofrece a los empresarios a fin de evitar desfalcos y al mismo tiempo cumplir con las exigencias de esta entidad de impuestos que en la actualidad suele ser uno de los dolores de cabeza más grandes para los comerciantes, cuando se hace de manera indebida.

Del objetivo específico No. 5 se concluye que frente al contexto ambiental o responsabilidad con la sociedad en temas de ecología y social a fin de no afectar nuestro medio ambiente, se determinó mediante visitas a fábricas de reciclaje que muchos de los residuos que sobran al fabricar estas prendas pueden ser reciclados e incluso vendidos a las diferentes organismos que en la ciudad de Cúcuta se encargan de procesar y sacar provechos de estos y aquellos que no suelen ser reciclables contratar directamente con la empresa de aseo que en este caso es Veolia en la ciudad de Cúcuta a fin de que estos no sean esparcidos por la ciudad causando contaminación y evitando sanciones a la empresa.

Recomendaciones

A lo largo de la realización de este plan de negocios el cual fue enfocado en la creación de comercio textil, directamente en prendas confeccionadas para los menores de la familia, el estudio debe ser realizado no solo en el área concreta donde pretende implementar la producción del mismo, sino incluir aquellas empresas de confección de las ciudades más cercanas incluyendo las zonas de fronteras con otros países, pues esto facilitara estadísticas que sin duda alguna le ayudaran a identificar tanto ventajas como desventajas de esta parte de la confección, como también si es necesario no la creación de la misma.

Se recomienda: Sin duda alguna la creación de la Fábrica de confección de prendas para niños, niñas y adolescentes en el Área Metropolitana de Cúcuta, y distribuirlos a las tiendas de ropa en la zona céntrica de la ciudad que es donde según los estudios es donde más se frecuenta el consumidor, se recomienda la fabricación y comercialización al por mayor.

Para mayor facilidad y accesibilidad se recomienda confeccionar con telas Nacionales traídas de ciudades como Medellín, Cali y Bogotá, las cuales según estudios realizados son de buena calidad propias para este tipo de prendas y así evitar gastos en telas de importación.

Realizar y adelantar los documentos e inscripciones legales y administrativos ante las diferentes autoridades y entidades para cumplir con las exigencias que se requieren como persona jurídica de la empresa, esto hacerlo en compañía de un profesional del derecho a fin de incurrir en equívocos y posteriores sanciones registrar ante la DIAN, las facturas electrónicas y así poder llevar una adecuada

contabilidad de las ventas cumpliendo con las exigencias para ello y así evitar evadir lo que legalmente corresponde, sumado a ello contar con la orientación de un contador para temas de tributos y contabilidad.

se recomienda contratar y con empresas recicladoras y de recolector de basuras para evitar contaminaciones al medio ambiente y junto con ello evitar sanciones contra la empresa.

Referencias Bibliográficas

- Acero Espinoza, (2017). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa, se estudiarán las características de una empresa textil y se buscara dar aplicabilidad a los principios que la rigen.*
- Agencia de Ciencia, Competitividad Empresarial e Innovación Asturiana. (2019). *Sector Textil en Asturias.*
- Álvarez María, (2015) *El diagnostico financiero debe ser una práctica de manera permanente, debe ser un procedimiento continuo.*
https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/2205/TG_EGFE_50.pdf
- Araque L. (2019). *Responsabilidad social empresarial* [Análisis de las investigaciones realizadas en el contexto de Colombia. Universidad del Rosario].
- Astudillo Rodríguez, S. A., y Jaramillo Chang, R. L. (2021). *Propuesta de un plan de marketing para el posicionamiento de la marca tiendas garaje comercializadora de ropa en la ciudad de Guayaquil* [Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil. Facultad de Ingeniería Química].
- Caracol radio, (2021) *La moda sostenible en Colombia.*https://caracol.com.co/programa/2021/09/26/planeta_caracol/1632661140_980620.html
- Cámara de Comercio de España. (2017). *Competitividad empresarial.*
- Castañeda, (2021) *Plan de Marketing digital para la empresa ropa íntima.*
- Castañeda, Velásquez. (2021) *Indicadores económicos sectoriales provenientes de la cámara de comercio de Bucaramanga.*<https://www.camaradirecta.com/temas/indicadoresantander/>
- De la Vega Rosales, M. D. C., y Maldonado Baca, N. K. (2019). *Estudio de prefactibilidad para la instalación de una planta para la confección de ropa para bebés de algodón 100% orgánico para exportación al Reino Unido.*

- DIAN. (2019). ARTÍCULOS DECRETO 1165 DE 2019. Colombia. Disponible en.*
[https://www.dian.gov.co/aduanas/aspectecmercancias/Origen1/1-1-1-
Decreto-1165-2019-Extracto-regulaciones-relacionadas-con-el-origen.pdf](https://www.dian.gov.co/aduanas/aspectecmercancias/Origen1/1-1-1-Decreto-1165-2019-Extracto-regulaciones-relacionadas-con-el-origen.pdf).
- El tiempo, (2018) La ropa local también deja huella en el ambiente.*[https://www.eltiempo.com/colombia/medellin/la-ropa-local-tambien-
deja-huella-en-el-medioambiente-237302](https://www.eltiempo.com/colombia/medellin/la-ropa-local-tambien-deja-huella-en-el-medioambiente-237302).
- Función Pública. (2015). ¿Sabe usted qué es el Manual de Funciones?*
- Galvis, G. T. C. (2019). Sector textil colombiano y su influencia en el desarrollo de economía del país. Punto de vista, 10(16).*
- González, P. A. E., Soto, D. M. A., y Mora, A. J. (2018). Sector textil colombiano y su influencia en la economía del país. Punto de vista, 9(13).*
- Grisales Ruben, (2013) Aplicación del proceso administrativo en confecciones fraga, describir la forma de aplicación del proceso administrativo en Confecciones Fraga en cada una de sus funciones.*
- Guerrero Cabezas, Y. A., y Sandoval Hernández, L. M. (2019). Plan de mercadeo para la empresa de confecciones Chantall a nivel Nacional.*
<http://doi.org/10.26439/ulima.tesis/9343>
<http://hdl.handle.net/20.500.12952/3239>
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/54667>
<https://doi.org/10.15765/pdv.v11i16.1421>
<https://doi.org/10.15765/pdv.v9i13.1118>
<https://hdl.handle.net/10901/18695>
- Mazo, A. J., Montoya Cano, M. D. M., y Pulgarín Rondón, A. S. (2020). Retos y oportunidades de la industria textil y confección en el momento actual en Colombia.*<http://repositorio.esumer.edu.co/jspui/handle/esumer/2095>
- MINCIT. (2018). Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la República de Colombia. Disponible en.*[https://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/tratado-de-libre-comercio-entre-
colombia-mexico](https://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/tratado-de-libre-comercio-entre-colombia-mexico)
- MINCIT. (2015). Decreto 1074 de 2015. Colombia. Disponible en.*<https://www.mincit.gov.co/ministerio/normograma-sig/procesos->

misionales/facilitacion-del-comercio-y-defensa-
comercial/decretos/2015/decreto-1074-de-2015-1.aspx

MINCIT. (2022). *Ministerio de comercio, industria y turismo. Colombia. Disponible en.*
<https://www.mincit.gov.co/getattachment/a5462c40-dfd6-400f-a45d-313fb0c95a44/Resolucion-3207-del-26-de-diciembre-de-2007-Por-la.aspx>

(MINCIT, 2023). *Ley 1143 del 2007. Colombia. Disponible en.*
<https://www.mincit.gov.co/ministerio/normograma-sig/procesos-misionales/facilitacion-del-comercio-y-defensa-comercial/leyes/ley-1143-de-2007.aspx>

Niño Montoya, (2018) *Estudio de viabilidad para la creación de una empresa textil, realizar el estudio técnico para la creación de una empresa textil de ropa infantil en la ciudad de Medellín.*

Pérez. (2021). *Tipos de estructuras organizativas. Cuál es la mejor para tu empresa. OBS Escuela de Negocios.*

Ramirez, (2019) *Estudio cultura organizacional en la empresa de UTP. Identificar la cultura organizacional existente actualmente en la empresa*

Restrepo Jose, (2019) *Plan de empresa del sector de confecciones y textiles para la marca “frecuencia” dedicada a la confección y comercialización de prendas de estilo “streetwerar”*

RAE. (2013). *Confección. España.*

RAE. (2013). *Moda. España.*

Ruiz Portal, J. M. D. (2018). *Influencia de los sistemas de información gerencial en el desarrollo organizacional de las empresas comercializadoras de prendas deportivas de Lima Metropolitana.*

Sentenea, (2021) *Huella ecológica del sector Textil – Confección en Colombia para el año 2018.*
<https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/52684>

Torres Jorge, (2016) *Análisis económico y financiero del Grupo industria de diseño de textil*

S.A.
<https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/4610/TORRES%20GARNICA%2C%20JORGE%20LEONARDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

INDEX

- Tovar, (2019) Elaboración de un plan de mercadeo para la empresa GROUPTEXCO LTDA.*<https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/9251>
- Universidad Politécnica de Cartagena. (2018). Estudio de Viabilidad. Colombia.*
- Vargas, (2019) Diseño de un plan estratégico de marketing para la empresa de confecciones confetex de Colombia s.a.s*
- Zapata, M. (2019) Estudio técnico y financiero para la implementación de una planta de tintorería para la empresa de Textiles Estopas e Hilazas de Colombia en la ciudad de Bogotá.*

Apéndices

Para llevar a cabo el presente plan de negocios, en cuanto a este acápite del estudio de mercadeo, se desarrollará para ello diferentes encuestas, dos en específico, una al gremio de comerciantes y otra a habitantes que suelen comprar este tipo de ropa, para identificar variables como: donde con mayor afluencia acude el consumidor en las zonas comerciales del perímetro metropolitano de Cúcuta, a fin de determinar con ello las prendas más requeridas por la comunidad general de cara a con los más menores de la familia, a igual manera encuestas y visitas a las diferentes y más grandes fábricas o centros industria textiles, a fin de identificar la afluencia y producción de prendas para niñas, niños y adolescentes, determinar con ello aproximadamente con cuantas de estas se cuentan en la ciudad y que es lo más apetecido por el gremio de comerciantes que lo venden al consumidor.

Solicitar por escrito a la Cámara de Comercio de la Ciudad de Cúcuta, informar o indicar dentro de los últimos años después de la pandemia cuantas empresas de confección han fenecido y cuantas han surgido aproximadamente, esto a fin de poder determinar o tener una idea ante la posible competencia sobre la que se estaría.

Identificar las normas y regulaciones existentes tanto del ámbito nacional como local a fin de no incumplir ni incurrir en falta legales y /o administrativas, como también poder solicitar o expedir los mismos.

De lo anteriormente obtenido realizar un informe conclusivo a fin que sirva de guía u orientación para el respectivo plan de negocio.

Encuesta: Preferencias de Compra de Ropa Infantil en Cúcuta

Estimados miembros del gremio de ventas de productos textiles en Cúcuta, Les agradecemos su participación en esta encuesta, la cual tiene como objetivo comprender mejor las preferencias de compra de ropa infantil en el área metropolitana de Cúcuta. Su valiosa información nos ayudará a identificar dónde con mayor afluencia acude el consumidor en las zonas comerciales de Cúcuta y cuáles son las prendas más requeridas por la comunidad para los más pequeños de la familia.

Por favor, tómese un momento para responder a las siguientes preguntas:

Prendas más vendidas:

5.1 ¿Cuáles son las prendas para niños que más venden en su tienda?

- A. Ropa Formal Infantil.
- B. Ropa Casual Infantil.
- C. Pijama Infantiles.

Lugares de mayor afluencia:

5.2 ¿En qué zonas comerciales del perímetro metropolitano de Cúcuta observa una mayor afluencia de consumidores interesados en ropa infantil?

- A. Zona céntrica.
- B. Zona sur.
- C. Zona Norte.

Prendas más solicitadas por la comunidad:

5.3 ¿Cuáles son las prendas infantiles más solicitadas por sus clientes?

- A. Camisas.
- B. Pantalones.
- C. Ropa interior.
- D. Conjuntos.
- E. Vestidos.

Visitas a fábricas o centros de producción:

5.4 ¿Ha realizado visitas a las fábricas o centros industriales textiles en Cúcuta para conocer la producción de prendas para niños y adolescentes?

5.4.1 Sí.

5.4.2 No.

5.5 ¿Qué detalles sobre las fábricas visitadas y lo que más llamó su atención?

5.5.1 Atención al cliente.

5.5.2 Variedad en prendas.

5.5.3 Arquitectura del lugar.

Cantidad de tiendas especializadas en ropa infantil:

5.6 ¿Tiene una estimación aproximada de cuántas tiendas o negocios similares al suyo se dedican a la venta de ropa infantil en Cúcuta?

5.6.1 Sí.

5.6.2 No.

Prendas más apetecidas por el gremio:

5.7 En su experiencia, ¿cuáles son las prendas o estilos que el gremio de comerciantes de ropa infantil en Cúcuta considera más apetecidas por los consumidores?

5.7.1 Camisas.

B. Pantalones.

C. Ropa interior.

D. Conjuntos.

E. Vestidos.

Tendencias en la compra de ropa infantil:

5.8 ¿Ha notado alguna tendencia reciente en la compra de ropa infantil, como colores de moda, personajes populares, o cambios en las preferencias de los padres y madres?

5.8.1 Personajes populares.

5.8.2 Colores de moda.

Agradecemos sinceramente su participación en esta encuesta. Sus respuestas son fundamentales para ayudarnos a entender mejor el mercado de ropa infantil en Cúcuta y proporcionar información valiosa a los miembros del gremio.

Título de la encuesta: Encuesta de Estudio de Mercado para Ropa Infantil en Cúcuta

Gracias por participar en nuestra encuesta. Su opinión es fundamental para el desarrollo de una empresa de confección de ropa infantil en Cúcuta. Sus respuestas serán completamente anónimas

Información demográfica:

a. Edad:

- Menos de 18 años.
- 18-24 años.
- 25-34 años.
- 35-44 años
- 45-54 años.
- 55 años o más.

b. Género:

- Masculino
- Femenino
- Otro

c. ¿Tiene hijos?

- Sí
- No

Comportamiento de compra:

a. ¿Con qué frecuencia compra ropa infantil?

- Semanalmente.
- Mensualmente.

F-DC-125

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO
DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,
EMPRENDIMIENTO Y SEMINARIO

VERSIÓN: 1.0

- Trimestralmente.
- Anualmente.
- Raramente.

b. ¿Dónde suele comprar ropa infantil?

- Tiendas físicas.
- Tiendas en línea.
- Mercados locales.
- Otros (especificar).

c. ¿Qué factores son más importantes para usted al comprar ropa infantil?

(Seleccione hasta tres opciones)

- Precio.
- Calidad.
- Diseño.
- Tallas disponibles.
- Marca.
- Comodidad.
- Sostenibilidad.
- Otros (especificar).

Preferencias sobre ropa infantil:

a. ¿Qué tipo de ropa infantil prefiere para sus hijos? (Seleccione todas las que correspondan)

- Ropa casual.
- Ropa formal.
- Ropa deportiva.
- Ropa de baño.
- Otro (especificar).

b. ¿Cuál es su color favorito para la ropa infantil?

ELABORADO POR:
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:
soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR: Asesor de
FECHA APRÓBACION:

F-DC-125

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PROYECTO
DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO, MONOGRAFÍA,
EMPREDIMIENTO Y SEMINARIO

VERSIÓN: 1.0

- Rojo.
- Azul.
- Rosa.
- Verde.
- Amarillo.
- Otro (especificar).

Tamaño de la población: La población objetivo serían los residentes mayores de edad de la Ciudad de Cúcuta que tengan hijos y estén potencialmente interesados en comprar ropa infantil.

Muestreo probabilístico: Para garantizar la representatividad de la población, se elegirá un muestreo estratificado entre las diferentes edades, dividiendo la población en estratos según variables: edad, género o ubicación.

Tamaño de la muestra: 167 encuestados por cada encuesta.

Anexos

Anexo A.

IDENTIFICACIÓN	
NOMBRE DEL CARGO	Director General
NIVEL	Profesional
CÓDIGO	0114
NÚMERO DE CARGOS	Uno
DEPENDENCIA	Áreas administrativas
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	
PERSONAS A CARGO	Personal administrativo, y operativos
OBJETIVO DEL CARGO	
Planear, proponer, aprobar, dirigir, coordinar y controlar las actividades administrativas, comerciales, operativas y financieras de la Empresa, así como resolver los asuntos que requieran su intervención de acuerdo con las facultades delegadas.	
PERFIL DEL CARGO	
ESTUDIOS	Profesional en administración
EXPERIENCIA	5 años
CONOCIMIENTO ESPECÍFICOS	
COMPETENCIAS	Conciencia organizacional, trabajo en equipo y cooperación, orientación de servicio al cliente, orientación a resultados, adaptación al cambio, liderazgo.
RELACIONES DE TRABAJO	
	FRECUENCIA

CONTACTOS	¿CON QUIEN?	¿PARA QUE?	Permanente	Ocasional	Espontánea
RELACIONES EXTERNAS	Clientes	Atención de las necesidades y solución de problemas.		x	
	Contratistas	Calidad del servicio, cumplimiento de programas de trabajo		x	
	Defensoría al consumidor	Reclamos de clientes			x
RELACIONES INTERNAS	Asesoría contable y legal	Brindar asesoría técnica, formulación y ejecución de presupuesto.	x		
	Gerente administrativo y financiero	Transferencia de documentos sobre facturación y sobre ingresos captados.	x		
FUNCIONES / ACTIVIDADES DEL CARGO					
Tareas principales (Tareas realizadas con regularidad que conforman las características esenciales de la posición)					

Ejercer la dirección administrativa, operativa y financiera de la Empresa de acuerdo con el Estatuto de la misma, las facultades otorgadas por el Directorio y las leyes, las prácticas y procedimientos que regulan el negocio postal
Representar judicial y legalmente a la Empresa ejerciendo las facultades generales y específicas que le confiera el Directorio y la Ley.
Elevar para aprobación los estados financieros, la memoria anual de la Empresa, el Reglamento de Organización y Funciones y Cuadro de Asignación de Personal, obteniendo la aprobación para su difusión.
Proponer la contratación de los administrativos, así como aumentos de sueldos y promociones para los funcionarios.
Transigir los juicios y otros asuntos de interés para la Empresa y someter al arbitraje las reclamaciones activas y pasivas de la Empresa.
Proponer y sustentar ante los socios las operaciones de crédito que superen las facultades crediticias que le han sido conferidas.
Planificar, organizar y mantener una positiva imagen de la empresa ante la colectividad y los trabajadores, propiciando los canales de comunicación necesarios que garanticen la receptividad y vigencia de la misma ante la opinión pública.
Aprobar y difundir los documentos normativos de la Empresa.
Girar aceptar y endosar letras, abrir cuentas corrientes, girar cheques y endosar los mismos, firmar vales y pagarés, retirar depósitos, contratar sobregiros y avances en cuenta corriente y firmar contratos en representación de la empresa
Tareas secundarias (tareas realizadas regularmente además de las tareas principales, pero que no determinan el carácter esencial de la función)
Supervisar las operaciones de la sociedad, los libros de contabilidad, cuidar que dicha contabilidad esté al día y suscribir la correspondencia de la sociedad, cuando sea necesario.
Atención de las necesidades y solución de problemas de los clientes.
Otras tareas (Tareas no realizadas con regularidad que son sin embargo parte del trabajo o tareas especiales)
Ventas y negociación con clientes.

IDENTIFICACIÓN	
NOMBRE DEL CARGO	Administrador
NIVEL	Profesional
CÓDIGO	0115
NÚMERO DE CARGOS	Uno
DEPENDENCIA	Áreas administrativas
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	Director General
PERSONAS A CARGO	Personal administrativo, y operativos
OBJETIVO DEL CARGO	
Encargado de las Finanzas y recursos humanos y la administración General, así como resolver los asuntos que requieran su intervención de acuerdo con las facultades delegadas.	
PERFIL DEL CARGO	
ESTUDIOS	Profesional en administración de empresas, contador o ingeniero industrial
EXPERIENCIA	3 años
CONOCIMIENTO ESPECÍFICOS	Finanzas, Talento Humano, administración
COMPETENCIAS	Conciencia organizacional, trabajo en equipo y cooperación, orientación de servicio al cliente, orientación a resultados, adaptación al cambio, liderazgo.
RELACIONES DE TRABAJO	
	FRECUENCIA

CONTACTOS	¿CON QUIEN?	¿PARA QUE?	Permanente	Ocasional	Espontánea
RELACIONES EXTERNAS	Clientes	Atención de las necesidades y solución de problemas.	x		
	Contratistas	Calidad del servicio, cumplimiento de programas de trabajo	x		
	Defensoría al consumidor	Reclamos de clientes	x		
RELACIONES INTERNAS	Asesoría contable y legal	Brindar asesoría técnica, formulación y ejecución de presupuesto.	x		
	Gerente administrativo y financiero	Transferencia de documentos sobre facturación y sobre ingresos captados.	x		
FUNCIONES / ACTIVIDADES DEL CARGO					
Tareas principales (Tareas realizadas con regularidad que conforman las características esenciales de la posición)					

Ejercer la parte administrativa, operativa y financiera de la Empresa de acuerdo con el Estatuto de la misma, las facultades otorgadas por el Directorio y las leyes, las prácticas y procedimientos que regulan el negocio postal
Supervisar el buen desempeño de las funciones tanto del personal Administrativo como operativo
Velar porque cada empleado cuente con las capacidades requeridas para ejercer las funciones para cada función.
Supervisar los contratos por medios de los cuales se vincula a los empleados, así como realizar los respectivos procedimientos conforme a la ley laboral cuando se incumplan las condiciones y cláusulas del buen desempeño laboral
Transigir los juicios y otros asuntos de interés para la Empresa y someter al arbitraje las reclamaciones activas y pasivas de la Empresa.
Proponer y sustentar ante los socios las operaciones de crédito que superen las facultades crediticias que le han sido conferidas.
Planificar, organizar y mantener una positiva imagen de la empresa ante la colectividad y los trabajadores, propiciando los canales de comunicación necesarios que garanticen la receptividad y vigencia de la misma ante la opinión pública.
Aprobar y difundir los documentos normativos de la Empresa.
Velar por el cumplimiento de la nómina, así como los pagos de comisiones, licencias e incapacidades cuando a ello haya lugar.
Tareas secundarias (tareas realizadas regularmente además de las tareas principales, pero que no determinan el carácter esencial de la función)
Supervisar las operaciones de la sociedad, los libros de contabilidad, cuidar que dicha contabilidad esté al día y suscribir la correspondencia de la sociedad, cuando sea necesario.
Atención de las necesidades y solución de problemas de los clientes.
Otras tareas (Tareas no realizadas con regularidad que son sin embargo parte del trabajo o tareas especiales)
Ventas y negociación con clientes.

IDENTIFICACIÓN	
NOMBRE DEL CARGO	Responsable de Producción
NIVEL	Técnico
CÓDIGO	0116
NÚMERO DE CARGOS	Uno
DEPENDENCIA	Áreas administrativas
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	Administrador
PERSONAS A CARGO	ninguna
OBJETIVO DEL CARGO	
Encargado de supervisar la fabricación y confección de las prendas infantiles, procesos productivos e inventarios de producción industrial, inspeccionando la calidad en la producción textil.	
PERFIL DEL CARGO	
ESTUDIOS	Técnico Profesional en confección
EXPERIENCIA	2 años
CONOCIMIENTO ESPECÍFICOS	Conocer la tecnología disponible en el mercado, así como las técnicas administrativas en producción para mejorar los resultados económicos de las empresas.
COMPETENCIAS	Conciencia organizacional, trabajo en equipo y cooperación, orientación de servicio al cliente, orientación a resultados, adaptación al cambio, liderazgo.
RELACIONES DE TRABAJO	

CONTACTOS	¿CON QUIEN?	¿PARA QUE?	FRECUENCIA		
			Permanente	Ocasional	Espontánea
RELACIONES EXTERNAS	Clientes	Atención de las necesidades y solución de problemas.			x
	Contratistas	Calidad del servicio, cumplimiento de programas de trabajo	x		
	Defensoría al consumidor	Reclamos de clientes	x		
RELACIONES INTERNAS	Asesoría contable y legal	Brindar asesoría técnica, formulación y ejecución de presupuesto.			x
	Gerente administrativo y financiero	Transferencia de documentos sobre facturación y sobre ingresos captados.	x		
FUNCIONES / ACTIVIDADES DEL CARGO					
Tareas principales (Tareas realizadas con regularidad que conforman las características esenciales de la posición)					

Ejercer la parte de producción de la Empresa de acuerdo con la Tecnología Superior en Confección Textil y Alistamiento de maquinaria y equipos en la producción en confecciones
Supervisar el buen desempeño de los funcionarios del área operativa encargados de manipular las máquinas.
Velar porque cada operario desarrolle de manera adecuada las funciones requeridas para ejercer las actividades para cada función.
Supervisar los contratos por medios de los cuales se vincula a los empleados, así como realizar los respectivos procedimientos conforme a la ley laboral cuando se incumplan las condiciones y cláusulas del buen desempeño laboral
Proponer y sustentar ante el administrador las operaciones que deban ser modificadas o apoyadas según sea el caso cuando esto sea necesario
Planificar, organizar y mantener una positiva imagen de la empresa ante la colectividad y los trabajadores, propiciando los canales de comunicación necesarios que garanticen la receptividad y vigencia de la misma ante la opinión pública.
respetar y difundir los documentos normativos de la Empresa.
Tareas secundarias (tareas realizadas regularmente además de las tareas principales, pero que no determinan el carácter esencial de la función)
Atención de las necesidades y solución de problemas de los clientes.
Otras tareas (Tareas no realizadas con regularidad que son sin embargo parte del trabajo o tareas especiales)
Ventas y negociación con clientes.

IDENTIFICACIÓN					
NOMBRE DEL CARGO			Responsable de ventas		
NIVEL			Técnico		
CÓDIGO			0117		
NÚMERO DE CARGOS			Uno		
DEPENDENCIA			Áreas administrativas		
CARGO DEL JEFE INMEDIATO			Administrador		
PERSONAS A CARGO			ninguna		
OBJETIVO DEL CARGO					
Responsable de la promoción y ventas de los productos					
PERFIL DEL CARGO					
ESTUDIOS			Técnico Laboral en auxiliar en ventas		
EXPERIENCIA			2 años		
CONOCIMIENTO ESPECÍFICOS			Conocimiento en ventas, atención al cliente		
COMPETENCIAS			Conciencia organizacional, trabajo en equipo y cooperación, orientación de servicio al cliente, orientación a resultados, adaptación al cambio, liderazgo.		
RELACIONES DE TRABAJO					
CONTACTOS	¿CON QUIEN?	¿PARA QUE?	FRECUENCIA		
			Permanente	Ocasional	Espontánea
	Clientes	Atención de las	x		

RELACIONES EXTERNAS		necesidades y solución de problemas.			
	Contratistas	Calidad del servicio, cumplimiento de programas de trabajo	x		
	Defensoría al consumidor	Reclamos de clientes	x		
RELACIONES INTERNAS	Asesoría contable y legal	Brindar asesoría técnica, formulación y ejecución de presupuesto.			x
	Gerente administrativo y financiero	Transferencia de documentos sobre facturación y sobre ingresos captados.	x		
FUNCIONES / ACTIVIDADES DEL CARGO					
Tareas principales (Tareas realizadas con regularidad que conforman las características esenciales de la posición)					
lidera procesos de ventas, con la facilidad para interactuar con el cliente interno y externo.					
negociar productos y servicios y su exhibición					
Utiliza las tecnologías de la información y las comunicaciones para generar valor agregado en la colocación de productos y servicios de acuerdo con las condiciones exigidas por la clientela en las diversas modalidades de ventas					

Proponer y sustentar ante el administrador las fórmulas necesarias para mejorar las ventas ante los clientes.
Planificar, organizar y mantener una positiva imagen de la empresa ante la colectividad y los trabajadores, propiciando los canales de comunicación necesarios que garanticen la receptividad y vigencia de la misma ante la opinión pública.
respetar y difundir los documentos normativos de la Empresa.
Tareas secundarias (tareas realizadas regularmente además de las tareas principales, pero que no determinan el carácter esencial de la función)
Atención de las necesidades y solución de problemas de los clientes.
Otras tareas (Tareas no realizadas con regularidad que son sin embargo parte del trabajo o tareas especiales)
Ventas y negociación con clientes.

IDENTIFICACIÓN					
NOMBRE DEL CARGO		Logística y Distribución			
NIVEL		Técnico			
CÓDIGO		0118			
NÚMERO DE CARGOS		Uno			
DEPENDENCIA		Áreas administrativas			
CARGO DEL JEFE INMEDIATO		Administrador			
PERSONAS A CARGO		ninguna			
OBJETIVO DEL CARGO					
ejecutar acciones de control y sistematización de inventarios, almacenamiento y transporte					
PERFIL DEL CARGO					
ESTUDIOS		Técnico en logística y distribución			
EXPERIENCIA		2 años			
CONOCIMIENTO ESPECÍFICOS		Conocimiento en inventarios, almacenamiento, transporte y distribución.			
COMPETENCIAS		Conciencia organizacional, trabajo en equipo y cooperación, orientación de servicio al cliente, orientación a resultados, adaptación al cambio, liderazgo.			
RELACIONES DE TRABAJO					
CONTACTOS	¿CON QUIEN?	¿PARA QUE?	FRECUENCIA		
			Permanente	Ocasional	Espontánea

RELACIONES EXTERNAS	Clientes	Atención de las necesidades y solución de problemas.			x
	Contratistas	Calidad del servicio, cumplimiento de programas de trabajo		x	
	Defensoría al consumidor	Reclamos de clientes		x	
RELACIONES INTERNAS	Asesoría contable y legal	Brindar asesoría técnica, formulación y ejecución de presupuesto.			x
	Gerente administrativo y financiero	Transferencia de documentos sobre facturación y sobre ingresos captados.	x		
FUNCIONES / ACTIVIDADES DEL CARGO					
Tareas principales (Tareas realizadas con regularidad que conforman las características esenciales de la posición)					
ejecutar acciones de control y sistematización de inventarios, almacenamiento, transporte y distribución					
Dar respuesta a la solución de requerimientos logísticos de las empresas, dentro del marco legal comercial.					

Proponer y sustentar ante el administrador las fórmulas necesarias para mejorar la logística de la empresa.
Planificar, organizar y mantener una positiva imagen de la empresa ante la colectividad y los trabajadores, propiciando los canales de comunicación necesarios que garanticen la receptividad y vigencia de la misma ante la opinión pública.
respetar y difundir los documentos normativos de la Empresa.
Tareas secundarias (tareas realizadas regularmente además de las tareas principales, pero que no determinan el carácter esencial de la función)
Atención de las necesidades y solución de problemas de los clientes.
Otras tareas (Tareas no realizadas con regularidad que son sin embargo parte del trabajo o tareas especiales)
Ventas y negociación con clientes.

IDENTIFICACIÓN	
NOMBRE DEL CARGO	Operario de maquina y/o textil
NIVEL	Técnico
CÓDIGO	0119
NÚMERO DE CARGOS	tres
DEPENDENCIA	Área operativa
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	Administrador
PERSONAS A CARGO	ninguna
OBJETIVO DEL CARGO	
Realizar y materializar las diferentes tareas textiles de la empresa	
PERFIL DEL CARGO	
ESTUDIOS	Técnico en operario textil

EXPERIENCIA		2 años			
CONOCIMIENTO ESPECÍFICOS		Conocimiento en maquinaria y producción textil, confección			
COMPETENCIAS		Conciencia organizacional, trabajo en equipo y cooperación, orientación de servicio al cliente, orientación a resultados, adaptación al cambio, liderazgo.			
RELACIONES DE TRABAJO					
CONTACTOS	¿CON QUIEN?	¿PARA QUE?	FRECUENCIA		
			Permanente	Ocasional	Espontánea
RELACIONES EXTERNAS	Clientes	Atención de las necesidades y solución de problemas.			x
	Contratistas	Calidad del servicio, cumplimiento de programas de trabajo		x	
	Defensoría al consumidor	Reclamos de clientes		x	
RELACIONES INTERNAS	Asesoría contable y legal	Brindar asesoría técnica, formulación y ejecución de presupuesto.			x

Gerente administrativo y financiero	Transferencia de documentos sobre facturación y sobre ingresos captados.	x		
FUNCIONES / ACTIVIDADES DEL CARGO				
Tareas principales (Tareas realizadas con regularidad que conforman las características esenciales de la posición)				
ejecutar las prendas encomendadas dentro de las proyecciones programadas por la empresa				
supervisar y controlar la maquinaria utilizada				
Proponer y presentar las mejores materias primas a utilizar en la confección de las prendas.				
Planificar, organizar y mantener una positiva imagen de la empresa ante la colectividad y los trabajadores, propiciando los canales de comunicación necesarios que garanticen la receptividad y vigencia de la misma ante la opinión pública.				
respetar y difundir los documentos normativos de la Empresa.				
Tareas secundarias (tareas realizadas regularmente además de las tareas principales, pero que no determinan el carácter esencial de la función)				
Atención de las necesidades y solución de problemas de los clientes.				
Otras tareas (Tareas no realizadas con regularidad que son sin embargo parte del trabajo o tareas especiales)				
Ventas y negociación con clientes.				

IDENTIFICACIÓN					
NOMBRE DEL CARGO		Servicios de aseo y/o varios			
NIVEL		Bachillerato			
CÓDIGO		0120			
NÚMERO DE CARGOS		uno			
DEPENDENCIA		Área operativa			
CARGO DEL JEFE INMEDIATO		Administrador			
PERSONAS A CARGO		ninguna			
OBJETIVO DEL CARGO					
realizar labores de aseo y mantenimiento higiénico de la empresa y otros					
PERFIL DEL CARGO					
ESTUDIOS		bachiller			
EXPERIENCIA		1 años			
CONOCIMIENTO ESPECÍFICOS		mínimos			
COMPETENCIAS		Conciencia organizacional, trabajo en equipo y cooperación, orientación de servicio al cliente, orientación a resultados, adaptación al cambio, liderazgo.			
RELACIONES DE TRABAJO					
CONTACTOS	¿CON QUIEN?	¿PARA QUE?	FRECUENCIA		
			Permanente	Ocasional	Espontánea
RELACIONES EXTERNAS	Clientes	Atención de las necesidades			x

		y solución de problemas.			
	Contratistas	Calidad del servicio, cumplimiento de programas de trabajo		x	
	Defensoría al consumidor	Reclamos de clientes		x	
RELACIONES INTERNAS	Asesoría contable y legal	Brindar asesoría técnica, formulación y ejecución de presupuesto.			x
	Gerente administrativo y financiero	Transferencia de documentos sobre facturación y sobre ingresos captados.	x		
FUNCIONES / ACTIVIDADES DEL CARGO					
Tareas principales (Tareas realizadas con regularidad que conforman las características esenciales de la posición)					
Velar por el aseo general de las instalaciones de la empresa de manera general					
Apoyar en actividades comunes tales como, cafetería y otros					
Planificar, organizar y mantener una positiva imagen de la empresa ante la colectividad y los trabajadores, propiciando los canales de comunicación necesarios que garanticen la receptividad y vigencia de la misma ante la opinión pública.					

respetar y difundir los documentos normativos de la Empresa.
Tareas secundarias (tareas realizadas regularmente además de las tareas principales, pero que no determinan el carácter esencial de la función)
Atención de las necesidades y solución de problemas de los clientes.
Otras tareas (Tareas no realizadas con regularidad que son sin embargo parte del trabajo o tareas especiales)
Ventas y negociación con clientes.