

Informe trabajo De Grado.

Plan De Emprendimiento.

A Tu Talla.

Angie Paola Pachón Merchán.

Luisa Fernanda Parra Roa.

Universidad ECCI.

Facultad de artes.

Diseño de modas.

Bogotá, Colombia.

Junio 2022.

Tabla de contenido.

1.1	Datos Generales.....	5
1.2	Protagonista.....	8
2.1	Tendencia De Crecimiento Del Mercado.	9
2.2	Análisis De Competencia.....	10
3.1	Solución Que Propone El Proyecto.....	11
3.2	Validación De La Aceptación En El Mercado.	13
3.3	Avances.	19
3.4	Fichas Técnicas.....	19
4.1	Generación De Ingresos.....	27
4.2	Condiciones Comerciales.....	28
4.3	Proyecciones.	30
4.5	Requerimientos En Activos.	31
4.6	Proceso Para La Elaboración Del Producto.	36
4.7	Capacidad Productiva	37
4.8	Equipo De Trabajo.....	38
5.1	Estrategias Para Lograr La Meta De Ventas, Y Presupuesto.....	42
5.2	Periodo De Arranque, Tiempo Improductivo, Proyección De Gastos, Proyección De Ingresos, Proyección De Costos.	44
5.3	Fuente De Financiación	45
5.4	Inversiones.....	45
6	Riesgos.....	46
7	Referencias.	47

Índice De Imágenes.

Imagen 1.....		5
Imagen 2.....		12
Imagen 3.....		13
Imagen 4.....		14
Imagen 5.....		15
Imagen 6.....		15
Imagen 7.....		16
Imagen 8.....		17
Imagen 9.....		17

Índice De Tablas.

Tabla 1.....	10
Tabla 2.....	19
Tabla 3.....	19
Tabla 4.....	22
Tabla 5.....	23
Tabla 6.....	24
Tabla 7.....	25
Tabla 8.....	26
Tabla 9.....	28
Tabla 10.....	29
Tabla 11.....	31
Tabla 12.....	32
Tabla 13.....	32
Tabla 14.....	34
Tabla 15.....	35
Tabla 16.....	37
Tabla 17.....	39
Tabla 18.....	42
Tabla 19.....	43
Tabla 20.....	44
Tabla 21.....	46
Tabla 22.....	47

Índice De Figuras.

Figura 1.....	36
Figura 2.....	37

Resumen.

En el informe se presenta la viabilidad de un emprendimiento el cual se trata de la venta, producción y diseño de prendas superiores que se adaptan al cuerpo femenino de mujeres entre 35 y 45 años de edad quienes se caracterizan por tener dificultades a la hora de conseguir ropa debido a ciertas desproporciones en sus cuerpos, ellas están ubicadas en la ciudad de Bogotá, dichas prendas se adaptan a través de un sistema de pliegues fijados con calor en materiales de poliéster reciclado a partir de botellas PET y textiles con acabado de memoria

Palabras clave: Ventas, desproporción, adaptación, poliéster, mujeres, prendas.

Abstract.

The report presents the feasibility of a venture which deals with the sale of upper garments that adapt to the female body of women between 35 and 45 years of age who are characterized by having difficulties in obtaining clothes due to certain disproportions in their bodies, they are located in the city of Bogotá, these garments are adapted through a system of folds fixed with heat in recycled polyester materials from PET bottles and textile with a memory finish

Key words: Sales, disproportion, adaptation, polyester, women, garments.

1. Generalidades.

1.1 Datos Generales.

1.1.1 Nombre De La Marca.

A tu talla: El nombre de la marca se eligió con base en el mercado al cual va dirigido el producto, ya que éstas son personas que generalmente no encuentran con facilidad prendas que correspondan a su talla. Con este nombre se busca generar confianza en la clientela para generar seguridad y la certeza de que en esta marca van a encontrar prendas a su talla.

1.1.2 Logo.

Imagen 1

Imagotipo "A tu talla".



Fuente: Elaboración propia.

Para representar la marca se eligió la figura imagotipo ya que mezcla texto con imágenes haciendo que este sea más fácil de recordar y versátil a la hora de implementarlo debido a que se

puede usar tanto el texto como la imagen por separado. Por otra parte, se seleccionó una monocromía en tonos rosados como color del imago tipo puesto que representa feminidad, empatía, amabilidad, cariño e inspira sentimientos cálidos a las personas que lo ven; estos sentimientos son los que la marca desea transmitir a las clientes para que ellas se sientan seguras al comprar los productos de la marca.

Como fuentes se usaron dos tipos diferentes, el nombre de la marca está escrito en Yeseva One la cual es una fuente tipo serif, es muy femenina, pero a pesar de ser gruesa se ve delicada y elegante. La segunda fuente que se utilizó es la Montserrat para escribir el slogan de la marca, es tipo sans serif delgada que hace que el slogan se vea fluido y legible, ambas se eligieron por su capacidad de adaptación puesto que si el imago tipo se agranda las letras son legibles y si se hace más pequeño de igual forma es legible.

Para representar el contenido ambiental que la marca tiene se optó por usar un semicírculo que representa el reciclaje y al final de este una hoja en representación a la naturaleza, en la mitad del semicírculo se sitúa la silueta de una mujer quien representa a las clientes potenciales de la marca, fuertes, seguras y sobre todo reales.

1.1.3 Políticas Organizacionales.

- ✓ Proporcionar un ambiente laboral propicio para los empleados donde se sientan seguros y cómodos para cumplir con sus labores diarias.
- ✓ Brindar un reconocimiento a los empleados que mejor se desempeñen.
- ✓ Cumplir con todos los estándares de calidad.
- ✓ Estar al servicio de los clientes incondicionalmente.
- ✓ Realizar las labores con respeto y ética.
- ✓ Mantener un compromiso constante con el medio ambiente.

- ✓ Ofrecer un trato justo tanto a los clientes como a los empleados, atiendo siempre sus necesidades, preguntas, quejas y reclamos con el mayor respeto posible.
- ✓ No se realizan devoluciones de dinero, a cambio puede cambiar por otra prenda o por un bono del valor inicial del producto.
- ✓ Está prohibido el consumo de alcohol o sustancias alucinógenas dentro del establecimiento.
- ✓ Los empleados no pueden presentarse a trabajar bajo el estado de sustancias alcohólicas o alucinógenas.
- ✓ Es requerida la puntualidad y responsabilidad de los empleados.
- ✓ Está prohibido el ingreso de armas corto punzantes y de fuego al establecimiento.
- ✓ Si algún empleado conoce de un caso de corrupción dentro de la empresa deberá denunciarlo, de lo contrario este será cómplice.
- ✓ No habrá cavidad para discriminación de ninguna índole, ni entre empleados ni con los clientes.
- ✓ Para efectuar un cambio el cliente deberá presentar factura y prenda con todas las etiquetas, sin olores, manchas o que se vea usada.
- ✓ Después de 30 días de efectuada la compra no se aceptan cambios de ninguna índole.
- ✓ En caso de conflictos el empleado deberá seguir un conducto regular el cuál consta de: empleado- supervisor de área- gerencia de área.

1.1.4 Descripción De La Empresa.

“A tu talla” más que una empresa es una familia que se preocupa por el bienestar de sus clientes y empleados. Ofrece productos que se adaptan a la forma del cuerpo haciendo sentir cómodas, seguras y felices a quienes usen el producto. Adicionalmente se tiene un gran compromiso con el medio ambiente debido a que los materiales que se usan en la producción son reciclados.

1.1.5 Localización Geográfica.

El local principal de A tu talla estará situado en la ciudad de Bogotá ya que es un gran mercado debido a la diversidad que hay, como esta ciudad es la capital de Colombia puede abrir puertas a un mercado internacional por medio de marketing digital y así expandirse luego de estar posicionada nacionalmente. De la misma manera como existe la posibilidad de abrir puertas internacionales también es factible expandir la marca a nivel nacional empezando por ciudades grandes de Colombia como Medellín, Cali y Barranquilla.

1.2 Protagonista.

1.2.1 Cliente.

Mujeres entre 35 a 45 años de edad, trabajadoras que buscan sentirse cómodas y bien vestidas en su diario vivir, son mujeres fuertes, seguras, reales, femeninas que cuidan mucho su imagen y la familia tiene un rol muy importante en sus vidas. Son mujeres que viven en Bogotá o en municipios aledaños, en su mayoría son estrato 3, son madres y posiblemente madres cabeza de hogar. A estas mujeres muchas veces les resulta complicado conseguir prendas de vestir a su talla ya que estas no se adaptan a sus medidas y las que sí se adaptan no tienen un diseño bello. El tipo de cliente de la marca se ubica en la capital de Colombia, Bogotá D.C, y en municipios aledaños como Chía, Cota, Mosquera, Soacha, La calera, entre otros, así mismo la marca cuenta con envíos nacionales los cuales se harán a las ciudades Medellín, Cali y Barranquilla por lo cual una parte del mercado se situará en dichas ciudades por medio del marketing digital, el objetivo luego de posicionada la marca es ubicar un local físico en cada ciudad, sin embargo, la mayoría estará en Bogotá.

1.2.2 Consumidor.

El consumidor de A tu talla se caracteriza por buscar comodidad, es una persona que está consciente del compromiso ambiental de la marca, son personas con cuerpos irregulares, es decir, pueden tener el busto grande y el talle corto, o tener el abdomen grande y el talle largo, por lo cual buscan una prenda que se adapte a él. Entre los consumidores se encuentran mujeres embarazadas, mujeres con obesidad, mujeres de busto prominente entre otros.

1.2.3 Necesidades A Satisfacer.

1.2.3.1 Clientes. Para el cliente las necesidades a satisfacer especialmente son la economía y el buen servicio al cliente, que el producto se vea de buena calidad y cumpla lo que promete.

1.2.3.2 Consumidores. Las necesidades a satisfacer del consumidor principalmente son la comodidad y el buen vestir, seguidas por la mitigación de la contaminación, la seguridad y el cumplimiento de estándares de calidad.

2. Oportunidades En El Mercado.

2.1 Tendencia De Crecimiento Del Mercado.

La marca se encuentra en un mercado con índice de crecimiento alto pues esta tiene un compromiso medio ambiental el cual se trata de reciclaje y protección al medio ambiente que es una tendencia en crecimiento constante, *“La gente va a preferir productos que sean elaborados de manera sostenible para el planeta” (Pursell, S, 2021)*. De la misma manera el comercio virtual y la reincorporación al trabajo presencial son dos tendencias al alza, *“Se reveló que la tasa de penetración de internet en Colombia está en 75%” (Editorial La República S.A.S. 2022)*, y según el Canal Institucional TV *“El 89,1% de aquellos que manifestaron estar trabajando dijeron que no estaban desempeñando esas labores de forma remota desde sus casas” (¿Por qué*

el 89 % de los colombianos ya está trabajando presencialmente? 2022), las cuales abarcan el negocio debido a que las prendas que la marca vende son cómodas, versátiles y se adaptan al cuerpo de la persona que las use haciendo que volver a la presencialidad sea una tarea fácil en donde verse bien y adquirir las prendas por medio de un comercio virtual no cuesta trabajo como antes.

2.2 Análisis De Competencia.

Tabla 1.

Competencia de “A tu talla”.

Competidores.	By: la gorda Fabiola.	Patprimo.	XiCaro.
Descripción.	Esta marca se caracteriza por tener diseños modernos distribuidos en varias colecciones a la moda que van desde la talla XL hasta la 6XL.	Es una empresa la cual maneja cinco líneas: femenino, masculino, infantil, y plus size. Las tallas plus van desde la 14 a la 22. También venden joyería y marroquinería.	Es una marca que está dispuesta a devolverle el amor propio a las clientes. Solo manejan la línea femenina para el universo formal y casual, su fuerte son las blusas.
Localización.	Se encuentran en Bogotá – Colombia, su local principal está ubicado en el barrio Primavera.	Esta marca tiene más de 120 tiendas a lo largo de Colombia.	Están localizados en San Victorino, centro de la ciudad de Bogotá, allí cuentan con dos locales.
Bienes y servicios.	Ofrecen gran variedad de prendas de vestir tanto superiores como inferiores pero únicamente exteriores.	Además de prendas de vestir exteriores para hombre, mujer y niños también ofrecen ropa interior, joyas, cosméticos, zapatos, pijamas entre otros.	Brindan variedad de blusas femeninas, vestidos, pantalones y jeans.

Precios.	Los precios oscilan entre \$89.000 y \$198.000.	Oscilan entre \$49.900 y \$160.000.	Varían entre los \$45.000 y \$72.000.
Logística de distribución.	Se realizan envíos dentro y fuera de Bogotá y el cliente es quien asume el costo de envío. Utilizan ventas por catálogo, página web, y redes sociales.	Se hacen envíos a toda Colombia, si la compra es superior a \$130.000 el envío es gratis, si no corre por cuenta del cliente, las devoluciones son gratuitas y se recibe pago contra entrega. Sus canales de distribución son página web y redes sociales.	Ofrecen envíos dentro de Bogotá cuyo costo lo asume el cliente. Distribuyen por voz a voz, redes sociales, catálogo y call center.

Fuente: Elaboración propia.

3. Solución.

3.1 Solución Que Propone El Proyecto.

El negocio trata de vender prendas femeninas superiores que se adaptan al cuerpo de las personas por medio de un sistema de pliegues o plisados, estas prendas se agrandan una talla y media más de la talla original, es decir, si compra una talla M podrá usarla una L y una XL pequeña, de la misma manera en Latinoamérica las mujeres tienen más curvas que las mujeres de Norte América o Europa por lo que las prendas no siempre sirven para los tipos de cuerpo latinos, por ejemplo:

- Una mujer de baja estatura o de talle corto y busto prominente busca una prenda talla M que le queda bien de largo pero apretada en el busto mientras la talla L le queda larga y bien de busto.


- Otro ejemplo son las mujeres con abdomen prominente que de la misma manera algunas tallas quedan bien de largo y apretadas en el abdomen o en sentido contrario.

La prenda que “A tu talla” maneja se adaptará al cuerpo de la persona, como se puede evidenciar el producto está pensado para mujeres con desproporciones en el tren superior del cuerpo.

Adicional a esto los materiales con los que se piensa realizar las prendas son materiales hechos a partir de botellas PET ya que, (*“El poliéster reciclado es casi idéntico al poliéster virgen en términos de calidad, pero su producción requiere un 59 por ciento menos de energía en comparación con el poliéster”* Vázquez J, 2021). Adicionalmente el componente principal de las botellas PET y el poliéster es el petróleo, como menciona Vázquez (*“El poliéster reciclado puede ayudar a reducir la extracción de petróleo crudo y gas natural de la Tierra para producir más plástico.”* Vázquez J, 2021) y para fijar un plisado en una tela esta debe tener un alto porcentaje de poliéster por lo cual este es un material idóneo para producir las prendas, en algunos materiales se les dará un acabado de textil con memoria para no necesariamente comercializar prendas hechas de solo poliéster sino también brindar opciones con materiales naturales ya que en algunos casos el poliéster genera irritación en la piel.

Imagen 2

Modelo canvas “A tu talla.”

A TU TALLA					startups bootcamp
<p>RECURSOS CLAVE</p> <p>El negocio necesita una patente como marca, un préstamo de \$31'000.000, se requieren de varios operarios, un diseñador de moda, un gerente comercial, un director de compras, supervisor de calidad, un director de marketing, entre otros.</p>	<p>SOCIOS CLAVE</p> <p>Los proveedores serán Lafayette, insumos textiles Ariza, insumos y textiles Índigo SAS, ecohilandes.</p>	<p>PROPUESTA DE VALOR</p> <p>El producto tiene un valor agregado debido al diseño que tiene y a los materiales que se van a utilizar para llevarlo a cabo.</p>	<p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES.</p> <p>La marca se va a relacionar con los clientes a través de redes sociales y en el punto físico a través de los asesores que estarán ahí guiando de manera respetuosa y amable la compra.</p>	<p>SEGMENTOS DE CLIENTES.</p> <p>La cliente es una mujer entre 40 a 55 años de edad quienes buscan comodidad en su diario vivir, son mujeres para las cuales no es fácil encontrar prendas acordes al cuerpo de ellas ya que la mayoría de marcas manejan tallajes americanos o europeos.</p>	
	<p>ACTIVIDADES CLAVE.</p> <p>Producir prendas femeninas superiores que se adapten al cuerpo.</p>			<p>CANALES.</p> <p>Los canales para comunicarse con los clientes son principalmente redes sociales como Facebook, Instagram, WhatsApp, Tik Tok, y también hay atención personalizada en la tienda física.</p>	
<p>ESTRUCTURA DE COSTES.</p> <p>Los costos fijos de la empresa son de \$5'760.000, la deuda total inicial es de \$56'853.600, un préstamo de \$60'000.000 y un promedio de ingresos de \$176.632.800 anuales</p>			<p>FUENTES DE INGRESOS.</p> <p>Los ingresos se obtendrán por medio de las ventas del negocio, hechas a través de cualquier canal mencionado anteriormente y también hechas a través de ventas cruzadas con otros almacenes.</p>		

Fuente: Elaboración propia.

3.2 Validación De La Aceptación En El Mercado.

Para validar la aceptación que tiene el producto en el mercado se elaboró una encuesta la cual se realizó a diferentes mujeres en Bogotá y municipios aledaños, son mujeres en el rango de edad estipulado con alguna desproporción en tren superior de su cuerpo lo cual hace que se les dificulte comprar ropa.

Imagen 3

Resultados encuesta de validación en el mercado.

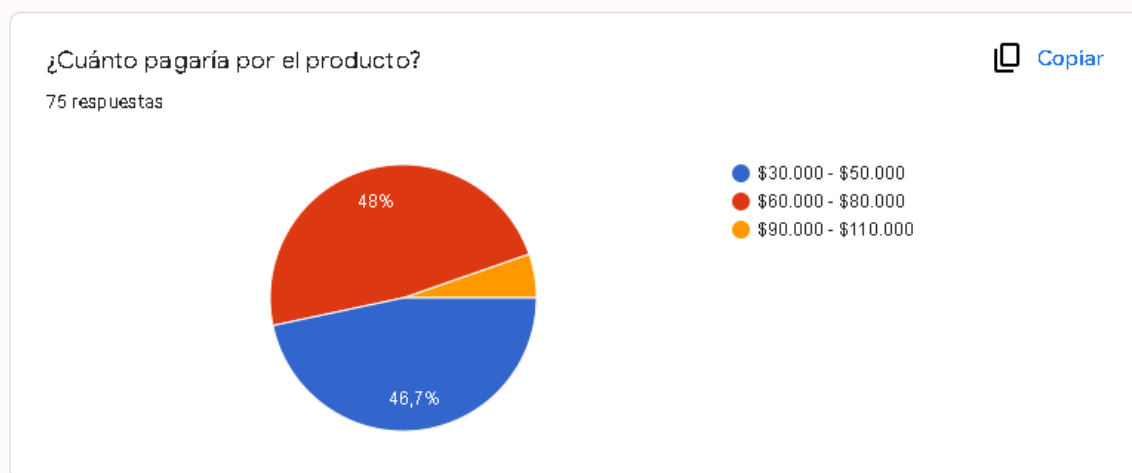


Fuente: Elaboración propia.

De las 75 encuestas el 49,3% compraría la talla M por lo cual se van a producir más prendas de esta talla, seguida por la XL, luego la talla L, y finalmente la XXL.

Imagen 4

Resultados encuesta de validación en el mercado.

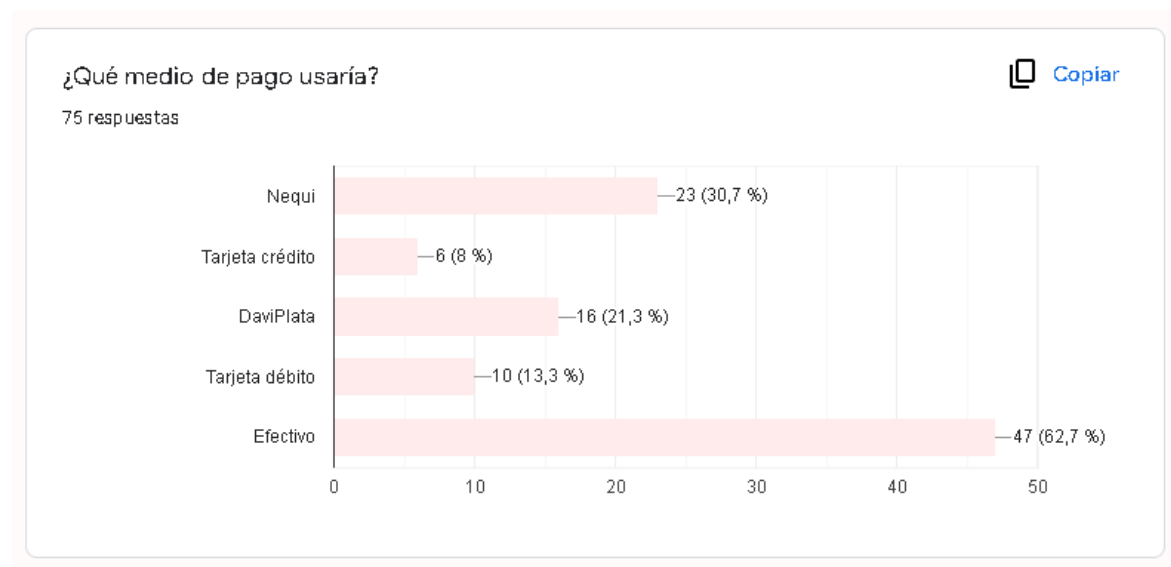


Fuente: Elaboración propia

Se puede establecer que el rango de precios que los clientes están dispuestos a pagar es de \$60.000 y \$80.000 sin embargo esto no quiere decir que todas las prendas vayan a estar en este rango de precios, pero sí la mayoría.

Imagen 5

Resultados encuesta de validación en el mercado.

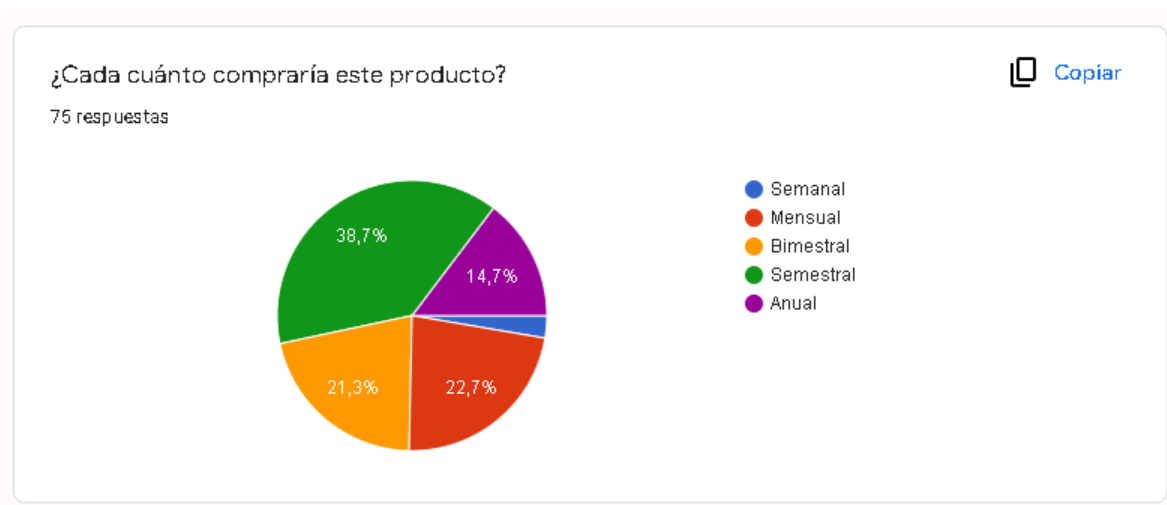


Fuente: Elaboración propia.

Como medio de pago hay que tener habilitadas todas las opciones para no perder las ventas, sin embargo, el 62,7% está dispuesto a pagar en efectivo.

Imagen 6

Resultados encuesta de validación en el mercado.

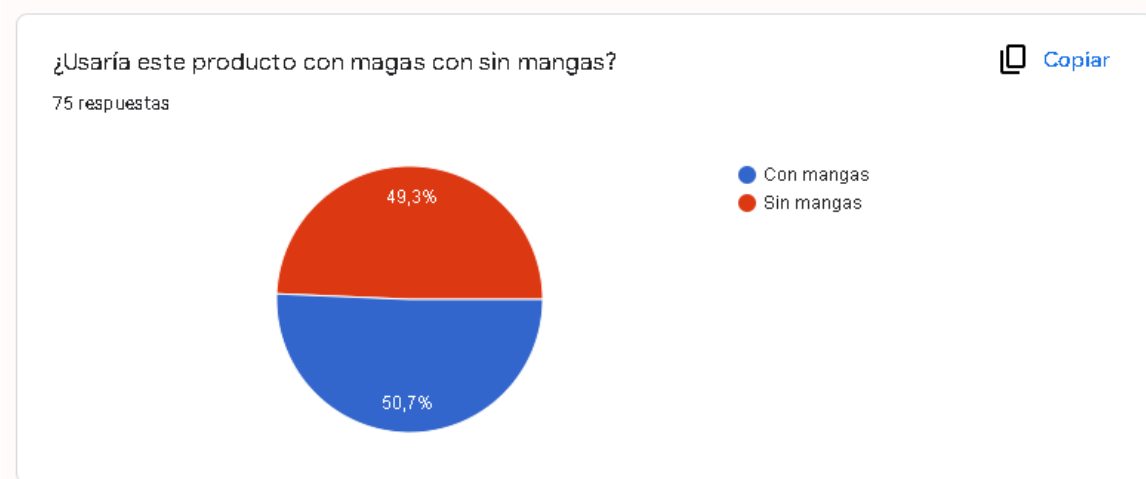


Fuente: Elaboración propia.

El 38,7% de los encuestados están dispuestos a comprar el producto cada seis meses por lo cual se establecerá el cambio de colección cada semestre.

Imagen 7

Resultados encuesta de validación en el mercado.

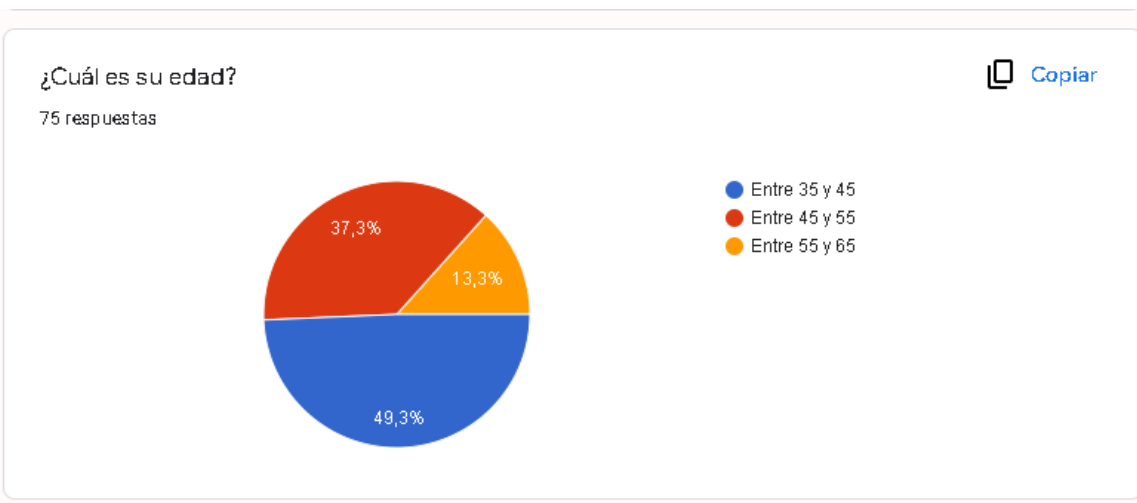


Fuente: Elaboración propia.

Se puede evidenciar la polarización en esta pregunta por lo cual el producto se va a realizar con y sin mangas para dar más opciones a los clientes.

Imagen 8

Resultados encuesta de validación en el mercado.

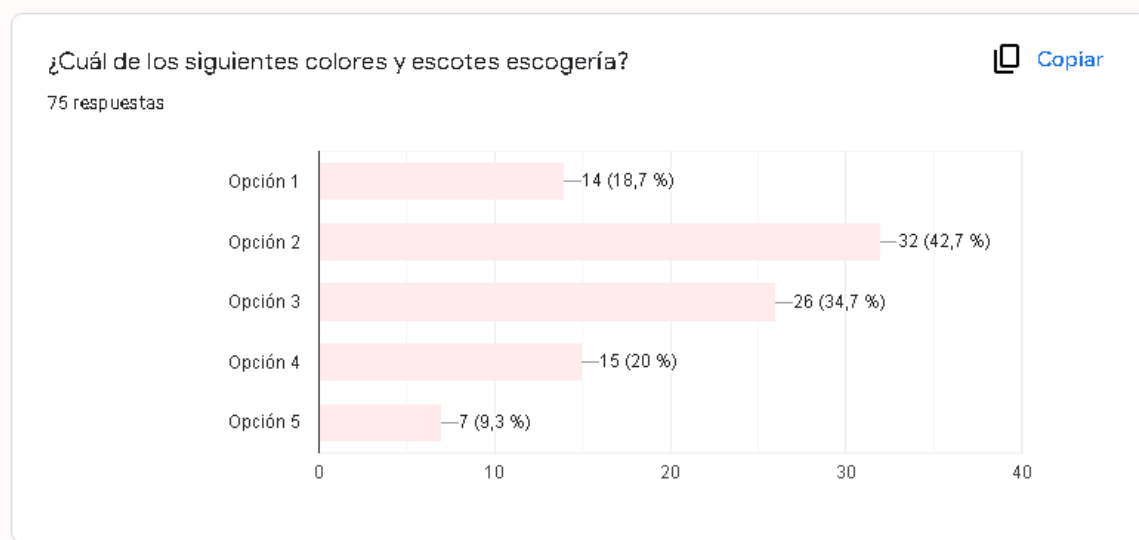


Fuente: Elaboración propia.

La edad del 49,3% de los encuestados esta entre los 35 y 45 años por lo cual los diseños deben tener un aire juvenil pero también elegante y delicado.

Imagen 9

Resultados encuesta de validación en el mercado.



Fuente: Elaboración propia.

El 42,7% de los encuestados prefiere un escote tipo V no muy profundo, la opción menos votada con el 9,3% es el cuello redondo muy cerrado por lo cual se determinó que los escotes deben ser abiertos.

Al realizar el análisis de las respuestas de la encuesta se observa que la talla en la que más se va a producir esta prenda será la M seguida de la XL y en menor cantidad la talla L y la XXL, así mismo se deduce que el rango de precios que las clientes están dispuestas a pagar por el producto es entre \$60.000 y \$80.000 los cuales pagarían con efectivo o apps digitales como Nequi y Daviplata por lo cual es importante implementar estos medios de pago para no tener inconvenientes con la clientela. Otro punto que se estudió fue el cada cuanto se va a lanzar una colección al mercado, según la encuesta las clientes estarían dispuestas a comprar el producto semestralmente, por lo tanto, se realizará una colección nueva dos veces al año.

En cuanto a siluetas y formas se evidenció que la mayoría de los usuarios usarían el producto con mangas, sin embargo, también se puede hacer sin mangas ya que el porcentaje de respuesta fue 50,7% con manga y 49,3% sin manga. Se demostró que las clientes prefieren un escote tipo V y en colores oscuros por lo cual se realizarán las prendas en estos tonos con cuellos no muy escotados, sin embargo, también existirán prendas con colores claros y escotes diferentes para ofrecer más opciones y satisfacer a toda la clientela.

3.3 Avances.

Tabla 2

Avances del proyecto.

Aspecto.	Avance.
Técnico - productivo.	A la fecha se ha producido una unidad del producto como muestra para el estudio del mercado, con esta muestra se pretende observar el comportamiento del producto sobre un cuerpo real para analizar si es viable su producción o si se tienen que realizar cambios.
Comercial.	Hasta el momento aún no se han realizado ventas del producto debido a que está en fase de prueba piloto y análisis de mercado para factibilidad del negocio.

Fuente: Elaboración propia.

3.4 Fichas Técnicas.

3.4.1 Diseño.

Tabla 3

Ficha técnica de diseño referencia Nubia.



Ficha aprobación de Diseño proyecto semestral

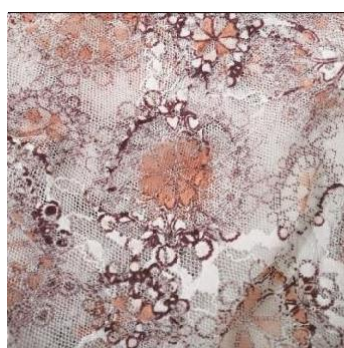


Diseño: Blusa Nubia

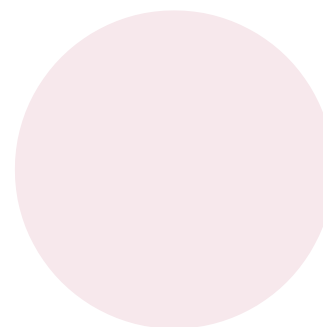
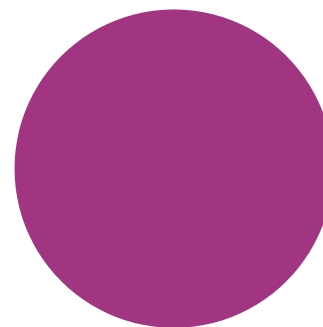
Semestre: Séptimo.

Diseñadores: Angie Pachón

Luisa Parra

Textiles

1. Satin.
2. Mallatex.

Color.**Insumos.****Intervención textil.**

Sesgo de la misma tela.

Hilo a tono 120.

Hilaza poliéster a tono.

**Descripción del Diseño**

Blusa femenina plisada al sol con sesgo en el escote que es tipo semi V y manga casquillo igualmente plisada dejando libre la sisa inferior la cual va a llevar sesgo respuntado como en el escote.

Inspirado en la cultura japonesa: se toman elementos como las sombrillas, abanicos y flores que caracterizan a las geishas japonesas para realizar el plisado y crear una prenda femenina, elegante y delicada.

Punto de inspiración.**Observaciones**

Fuente: Elaboración propia.

3.4.2 Patronaje

Tabla 4

Ficha técnica de patronaje referencia Nubia.


UNIVERSIDAD ECC ECCI		FICHA TÉCNICA DE PATRONAJE - DESPIECE POR PRENDA					
NOMBRE	Angie Pachón	TIPO DE PRENDA	Blusa	TEMPORADA	Primavera/ verano	LINEA	Femenino
DISEÑADOR	Luisa Parra	REFERENCIA	001	UNIVERSO	Casual	FECHA	15/05/2022
NOMBRE DE COLECCIÓN	Modern geisha						
DESPIECE DE PRENDA							
TABLA DE MEDIDAS PATRONES				OBSERVACIONES			
COTA	DESCRIPCIÓN MEDIDAS	TALLA BASE 10					
A	ANCHO PECHO	33 cm					
B	ANCHO ESPALDA	35 cm					
C	CONTORNO DE PECHO	92 cm					
D	CONTORNO DE CINTURA	68 cm					
E	CONTORNO DE CADERA	96 cm					
F	LARGO TOTAL	60,5 cm					
Angie Pachón. ELABORÓ:		REVISÓ:			APROBÓ:		

Fuente: Elaboración propia.

3.4.3 Escalado.

Tabla 5

Ficha técnica de escalado referencia Nubia.

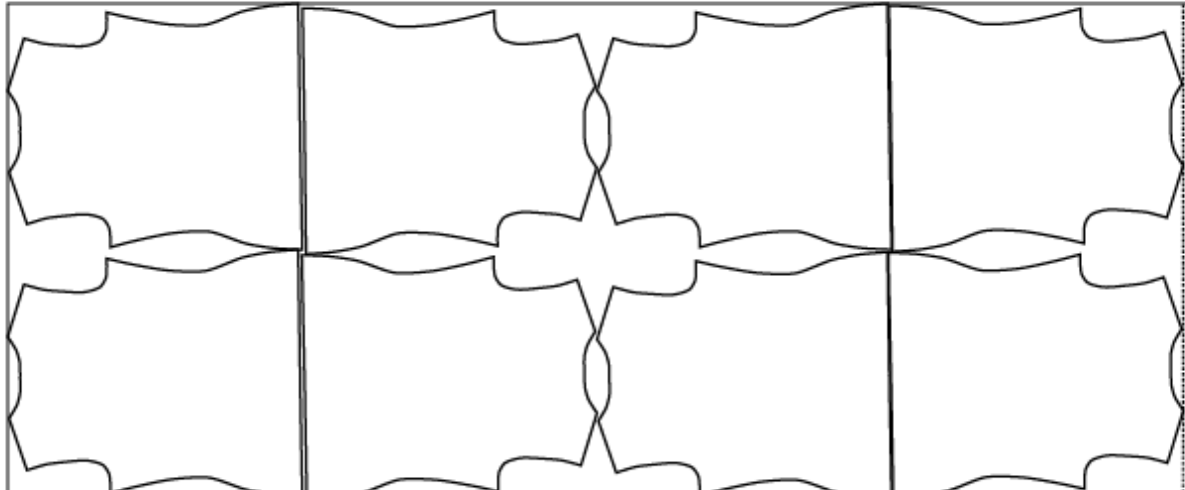
UNIVERSIDAD ECCCI		FICHA TÉCNICA DE ESCALADO POR PRENDA					
NOMBRE DISEÑADOR	Angie Pachón Luisa Parra	TIPO DE PRENDA	Blusa	TEMPORADA	Primavera/verano	LINEA	Femenino
NOMBRE DE COLECCIÓN	Modern geisha	REFERENCIA	001	UNIVERSO	Casual	FECHA	15/05/2022
							
ANÁLISIS DEL CUADRO DE TALLAS							PIEZAS DEL PATRÓN
DESCRIPCIÓN MEDIDAS	TALLA A BASE 8	DIFERENCIA A6	DIFERENCIA A10	DIFERENCIA A12	Delantero x 1 Posterior x 1 Manga x 2		
ALTURA DE BUSTO	26 cm	0,5	0,5	1			
ANCHO PECHO	33 cm	1	1	2			
ANCHO ESPALDA	35 cm	1	1	2			
CONTORNO DE PECHO	92 cm	4	4	8			
CONTORNO DE CINTURA	68 cm	4	4	8			
CONTORNO DE CADERA	98 cm	4	4	8			
CONTORNO DE CUELLO	36 cm	1,5	1,5	3			
RADIO DE BUSTO	7 cm	0,5	0,5	1			

Fuente: Elaboración propia.

3.4.4 Trazo.

Tabla 6

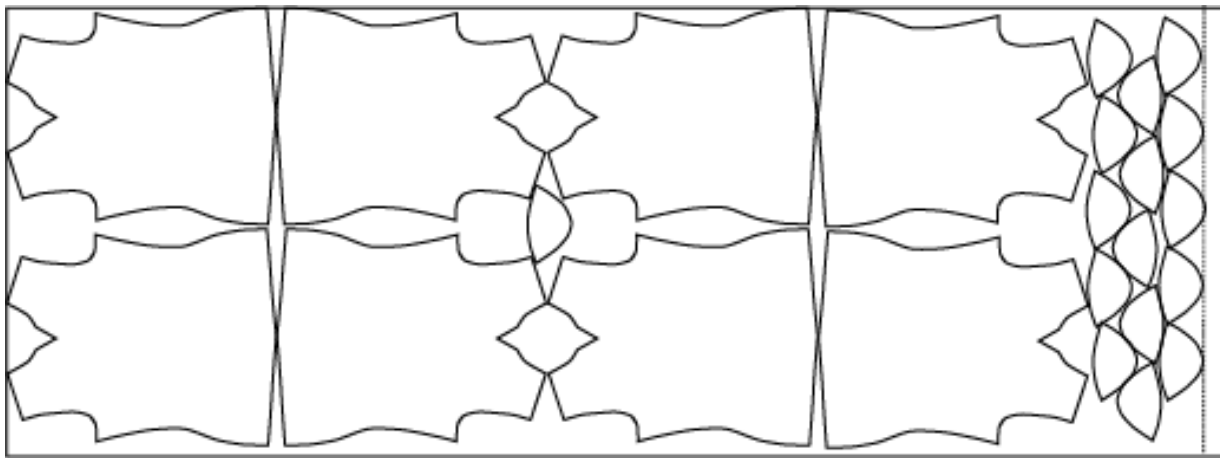
Ficha técnica de trazo espalda referencia Nubia.

UNIVERSIDAD ECCCI		FICHA TÉCNICA DE TENDIDIO O TRAZO POR PRENDA					
NOMBRE DISEÑADOR	Angie Pachón Luisa Parra	TIPO DE PRENDA	Blusa	TEMPORADA	Primavera/verano	LINEA	Femenino
NOMBRE DE COLECCIÓN	Modern geisha	REFERENCIA	001	UNIVERSO	Casual	FECHA	15/05/2022
							
NUMERO DE MARCACIONES Y TALLAS							
ITEM	DESCRIPCIÓN MEDIDAS	TALLA BASE 10	8	12	14		
1	Espalda	1	1	1	1		
DATOS DE TIZADA							
Cliente	Angie Pachón	Ancho	150 cm				
Tela	Mallatex	Longitud	170 cm				
Tipo	Plano	Sentido único	No				
Colocados	8/8	Modelos completos	8				
Modelos pedidos	8	Rendimiento	50.4%				
Talla		Completos		Patrones colocados			
S		2		2			
M		2		2			
L		2		2			
XL		2		2			

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7

Ficha técnica delantero referencia Nubia.

UNIVERSIDAD ECC		FICHA TÉCNICA DE TENDIDIO O TRAZO POR PRENDA					
NOMBRE DISEÑADOR	Angie Pachón Luisa Parra.	TIPO DE PRENDA	Blusa	TEMPORADA	Primavera/verano	LINEA	Femenino
NOMBRE DE COLECCIÓN	Modern geisha	REFERENCIA	001	UNIVERSO	Casual	FECHA	15/05/2022
							
NUMERO DE MARCACIONES Y TALLAS							
ITEM	DESCRIPCIÓN MEDIDAS	TALLA BASE 10	8	12	14		
1	Delantero	1	1	1	1		
2	Manga	2	2	2	2		
DATOS DE TIZADA							
Cliente	Angie Pachón		Ancho	150 cm			
Tela	Satin		Longitud	210 cm			
Tipo	Plano		Sentido único	No			
Colocados	12/12		Modelos completos	8			
Modelos pedidos	8		Rendimiento	53.18%			
	Talla		Completos		Patrones colocados		
	S		2		3		
	M		2		3		
	L		2		3		
	XL		2		3		


Fuente: Elaboración propia.

3.4.5 Materiales

Tabla 8

Ficha técnica de materiales referencia Nubia.

UNIVERSIDAD ECUATORIANA										FICHA TÉCNICA DE MATERIALES TEXTILES E INSUMOS POR PRENDA									
NOMBRE DISEÑADOR		Angie Pachón y Luisa Parra			TIPO DE PRENDA		Blusa.		TEMPORADA		Primavera/Verano		LÍNEA		Femenina.				
NOMBRE DE COLECCIÓN		Modern geisha			REFERENCIA		001		UNIVERSO		Casual.		FECCHA		02/06/22				
Tela Base N°1		Composición 100% poliéster.			Tela Base N°2		Composición 100% poliéster.			Tela Base N°3		Composición							
																			
Nombre		Satín.			Nombre		Mallatex.			Nombre									
Consumo		129 cm ²	Unidad de medida	Centímetros.	Consumo		108,5 cm ²	Unidad de medida	Centímetros.	Consumo			Unidad de medida						
C. Pantone		PMS 247C	Proveedor	Facol textiles	C. Pantone		PMS 196C	Proveedor	Facol textiles.	C. Pantone			Proveedor						
Nombre		Muestra			Nombre					Nombre									
Marca		Venus			Marca		Elaboración propia.			Marca		Trids Mr.							
Composición		100% poliéster			Composición		100% poliéster.			Composición		100% poliéster.							
Título		Hilo			Título		Sesgo.			Título		Hilaza.							
Consumo		30 metro			Consumo		180 cms			Consumo		100 metros.							

	s				
Ud. De medida	Metros			Ud. De medida	Centímetros.
C. Pantone	PMS 247C			C. Pantone	PMS 247C
Proveedor	Hilos Venus			Proveedor	Elaboración propia
				Ud. De medida	Metros.
				C. Pantone	PMS 247C
				Proveedor	Texmundo Colombia SAS.
Ubicación		Costado derecho inferior.		IMAGEN DE MARQUILLA	
Dimensión		AL TO	ANCHO	<p>A tu talla.</p> <p>Talla: XL</p> <p>Composición:</p> <p>90% Poliéster</p> <p>10% Elastáno.</p> <p>Hecho en Colombia.</p> 	
		10 cm	3,5 cm		
Información		<ul style="list-style-type: none"> Nombre de la marca. Talla. Composición. Instrucciones de cuidado. 			

Fuente: Elaboración propia.

4. Desarrollo De La Solución.

4.1 Generación De Ingresos.

Los ingresos de la marca se obtendrán a través de la comercialización de las prendas, al ser ropa femenina esta se comercializará más en el mes de marzo (día de la mujer), mayo (día de la madre), festividades decembrinas que ocurren entre noviembre y diciembre, adicional a eso habrá ofertas de fin de temporada en los meses enero y agosto. Por otra parte, como inversión inicial se solicitará un préstamo por el total de \$31'000.000 el cual se pretende pagar a lo largo de un año. Las prendas se comercializarán vía catálogo, redes sociales como Facebook, Instagram, WhatsApp y Tik Tok, página web y por voz a voz repartiendo volantes en las calles.

Para algunas colecciones se realizarán ventas cruzadas con otras marcas de accesorios, zapatos o joyería que aumentarán los ingresos no operacionales de la marca.

4.2 Condiciones Comerciales.

Tabla 9

Condiciones comerciales del cliente.

¿Cuáles son los volúmenes y su frecuencia de compra?	Un cliente al detal puede comprar de 2 a 5 prendas cada dos a tres meses, mientras que un posible cliente mayorista puede comprar de 10 a 12 prendas cada dos meses.
¿Qué características se exigen para la compra?	La prenda debe ser visualmente atractiva con diseños a la moda, se debe evidenciar el compromiso ambiental de la marca por medio de etiquetas y el empaque, del mismo modo la atención al cliente debe ser excelente.
Sitio de compra.	Las compras las puede realizar en el local físico, en el sitio web, por medio de redes sociales como WhatsApp, Instagram o Facebook.
Forma de pago.	Se van a manejar diferentes formas de pago como efectivo, tarjetas de crédito y débito, aplicaciones como Nequi y Daviplata, también existirán tarjetas para clientes frecuentes y bonos de regalo.
Precio.	Los precios oscilan entre los \$60.000 y \$90.000, sin embargo, para los clientes frecuentes habrá descuento del 5% en la siguiente compra después de haber gastado \$500.000 en prendas de la tienda.
Estrategia post – venta.	Como estrategia se estará informando por correo electrónico al cliente de nuevos lanzamientos, descuentos de temporada y descuentos por cliente frecuente. De la misma manera se enviarán regalos en fechas especiales, todo esto se hará una vez se

	recolecte la información personal de los clientes.
Garantías.	<p>Todos los productos tienen garantía de 30 días si estos presentan imperfectos en las costuras lo cual genera el mal ensamble de las piezas.</p> <p>Imperfectos en el material: que se destiña o venga roto.</p> <p>Imperfectos en cierres o broches.</p> <p>Se efectúan cambios durante 30 días después de la compra si la prenda está en perfecto estado y con la factura de compra por razones diferentes a las mencionadas anteriormente.</p>
Margen de comercialización.	El margen comercial del producto es de \$25.850 debido a que el precio de venta es \$80.850 y el precio de producción es \$55.000.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 10

Condiciones comerciales del consumidor.

¿Dónde compra?	De la misma manera que el cliente el consumidor compra en el local físico, página web, redes sociales y por medio de un tercero.
¿Qué características se exige para la compra?	La característica principal es que el producto se adapte realmente al cuerpo, otra exigencia es que se evidencie en la prenda el compromiso medio ambiental el cual se puede lograr por medio de etiquetas, igualmente el empaque debe demostrar el compromiso ambiental de la marca y el producto tiene que cumplir con ciertos estándares de calidad para satisfacer al consumidor.
¿Cuál es la frecuencia de compra?	El consumidor puede comprar de 2 a 5 prendas cada tres o cuatro meses.
Precio.	Los precios oscilan entre los \$60.000 y \$90.000.

Fuente: Elaboración propia.

4.3 Proyecciones.

4.3.1 Proyección De Cantidades:

La proyección de cantidades se realizó a un año iniciando en noviembre del 2022 y finalizando en noviembre del 2023. Durante este periodo se espera vender en total 1510 unidades divididas en: Nov 22: 180, Dic 22: 130, Ene 23: 40, Feb 23: 60, Mar 23: 160, Abr 23: 80, May 23: 180, Jun 23: 80, Jul 23: 100, Ago 23: 90, Sep 23: 160, Oct 23: 70, Nov 23: 180. Esta proyección se realizó teniendo en cuenta un juicio de expertos por medio de preguntas y evaluación de la demanda del producto.

4.3.2 Proyección De Precios De Venta:

Para la proyección de precios de venta se tuvo en cuenta el mismo periodo de tiempo mencionado anteriormente, desde noviembre del 2022 a noviembre del 2023, aquí se espera obtener un producido de \$122'083.500 discriminados de la siguiente forma: Nov: \$14'553.000, Dic: \$10'510.500, Ene: \$3'234.000, Feb: \$4'851.000, Mar: \$12'936.000, Abr: \$6'468.000, May: \$14'553.000, Jun: \$6'468.000, Jul: \$8'085.000, Ago: \$7'276.500, Sep: \$12'936.000, Oct: \$5'659.500, Nov: \$14'553.000.

4.3.3 Forma De Pago:

La forma de pago de la deuda será de contado con el préstamo que se va a solicitar al banco.

4.4 Condiciones Técnicas Para La Operación Del Negocio.

Para un óptimo funcionamiento del negocio es necesario contar con un espacio tanto para punto de venta como para planta de operaciones. Para el punto de venta es indispensable que este cuente con energía eléctrica, agua, internet y telefonía, este espacio debe estar adecuado con el mobiliario necesario para la exhibición de las prendas. Por otro lado, la oficina principal debe contar con espacio de empaquetado, la parte administrativa, espacio de diseño, patronaje y corte,

teniendo en cuenta que la producción se va a mandar a satélite para ahorrar gastos de planta operaria mientras se posiciona la marca. Este lugar debe contar con agua, luz, internet y telefonía, así mismo debe contar con una zona donde los empleados puedan tomar su almuerzo y descansos.

4.5 Requerimientos En Activos.

Tabla 11

Maquinaria y equipo.

<i>Nombre maquina</i>	Precio Compra	Cantidad	Descripción	Requisitos
<i>Mesa de corte</i>	\$ 550.000	2	Es una mesa con dimensiones especiales para patronaje o corte.	Debe medir 120 cm de largo por 180 cm de ancho.
<i>Cortadora vertical</i>	\$ 1.489.000	1	Es una herramienta cuya función es cortar varias capas de tela al mismo tiempo.	Debe ser graduable, con 8 pulgadas de largo, incluir accesorios y garantía.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 12

Equipo de comunicación y computación.

Nombre Equipo	Precio Compra.	Cantidad.	Descripción.	Requisitos.
<i>Equipo de facturación</i>	\$ 2.450.000	1	Equipo que funciona para facturar los ítems que la persona va a comprar.	Debe tener impresora, lector de código de barras, pantalla, CPU, y cajón monedero.
<i>Computador</i>	\$ 2.399.000	6	Herramienta que funciona para realizar tareas específicas.	Debe ser un equipo actualizado con los programas necesarios para desarrollar tareas.
<i>Cámara de seguridad</i>	\$ 169.900	18	Son herramientas que sirven para monitorear	Tiene que ser un circuito cerrado para tener visión 360.
<i>Radios</i>	\$ 116.000	5	Walkie talkie de seguridad que sirve para comunicarse entre el personal.	Debe tener manos libres.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 13

Muebles y encerres.

Nombre Muebles	Precio Compra	Cantidad	Descripción	Requisitos.
<i>Maniquí Exhibición</i>	\$ 300.000	2	Cuerpo completo que sirve para exhibir las prendas	Debe tener brazos y piernas removibles y una base.
<i>Espejo</i>	\$ 726.900	4	Herramienta que refleja y sirve para ver cómo quedan las prendas.	Debe medir 60x160cm

<i>Mesa de exhibición</i>	\$ 333.900	1	Mesa grande de tamaño no convencional que sirve para exhibir las prendas.	Debe ser de 1,60m x 1,60m de dos niveles, el segundo nivel debe medir 1,40m x 1,40m.
<i>Sillas</i>	\$ 65.000	4	Mueble que sirve para descansar.	Debe tener altura regulable, debe ser giratoria, con apoyabrazos y ruedas.
<i>Tubo para colgar</i>	\$ 200.000	3	Tubo cuya función es colgar prendas sobre él.	Debe tener 95 cm de largo y un diámetro de 7cm.
<i>Flauta</i>	\$ 3.800	4	Tubos medianos para colgar prendas pequeñas o accesorios.	Debe tener pines para separar las prendas: en total 7 pines cada 5 cm, debe medir de largo 41cm.
<i>Entrepaño</i>	\$ 49.900	4	Tablas de madera que van colgadas a la pared y funcionan para poner cosas sobre ellas.	Debe medir 59 cm x 1.5 cm x 29 cm.
<i>Acople para entrepaño</i>	\$ 61.400	8	Utensilio que sostiene los entrepaños a la pared.	Debe incluir chazos de 3/8 y medir de largo 25cm x 1cm de diámetro.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 14**Herramientas.**

Nombre Herramientas	Precio Compra	Cantidad	Descripción	Requisitos.
<i>Ganchos</i>	\$ 500.000	50	Herramienta que funciona para colgar la ropa.	Deben ser de madera, con y sin pinzas.
<i>Pines</i>	\$ 1.000.000	60	Funciona para ponerlos en la ropa (perforándola) y evitar robos.	Deben ser pines duros, largos y de imán.
<i>Pin blando</i>	\$ 476.000	50	Tienen la misma función que los anteriores solo que este no perfora la ropa, es adhesivo.	De 1 cm de ancho x 4 cm de largo, adhesivos.
<i>Despinador</i>	\$ 160.000	2	Este quita los pines de las prendas.	Debe tener la medida de los pines duros.
<i>Flechadora</i>	\$ 57.500	2	Esta herramienta permite poner las etiquetas en las prendas.	Debe venir con las flechas incorporadas.
<i>Antena de seguridad</i>	\$ 950.000	1	Su función es detectar los pines y evitar el robo de las prendas.	Debe venir en par, es decir; dos unidades.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 15*Infraestructura y adecuaciones.*

Servicios	Precio de compra	Descripción	Requerimientos
<i>Luz</i>	\$ 100.000	Servicio de energía tanto para la planta como para el local.	---
<i>Internet</i>	\$ 80.000	Servicio de internet tanto para la planta como el local.	Debe tener mínimo 200 megas.
<i>Agua</i>	\$ 80.000	Servicio de acueducto y basuras.	---
<i>Artículos de aseo</i>	\$ 71.500	Escoba, trapero, balde y recogedor.	Debe traer repuesto.
<i>Arriendo local</i>	\$ 2.500.000	Local mediano.	Incluir administración si aplica.
<i>Arriendo Oficina</i>	\$ 3.000.000	Oficina mediana.	Incluir administración si aplica.
<i>Papelería</i>	\$ 21.000	Resmas de papel, esferos.	Comprar mínimo 3 unidades de cada ítem.

Fuente: Elaboración propia.

En el local habrá áreas de trabajo distribuidas de la siguiente manera:

- Área de ventas.
- Área financiera.
- Bodega.

En la oficina se distribuirán los departamentos así:

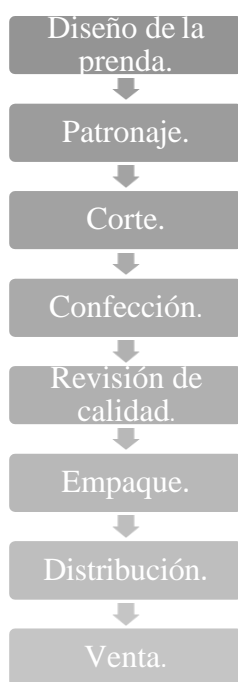
- Departamento de corte, patronaje y diseño.
- Departamento de dirección y recursos humanos.

- Departamento de control de calidad.
- Departamento de compras, comercial, y de marketing.
- Departamento de distribución y empaquetado.

4.6 Proceso Para La Elaboración Del Producto.

Figura 1

Diagrama de flujo del proceso para la venta del producto.



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 16

Orden operacional.



FICHA DE ORDEN OPERACIONAL POR PRENDA.

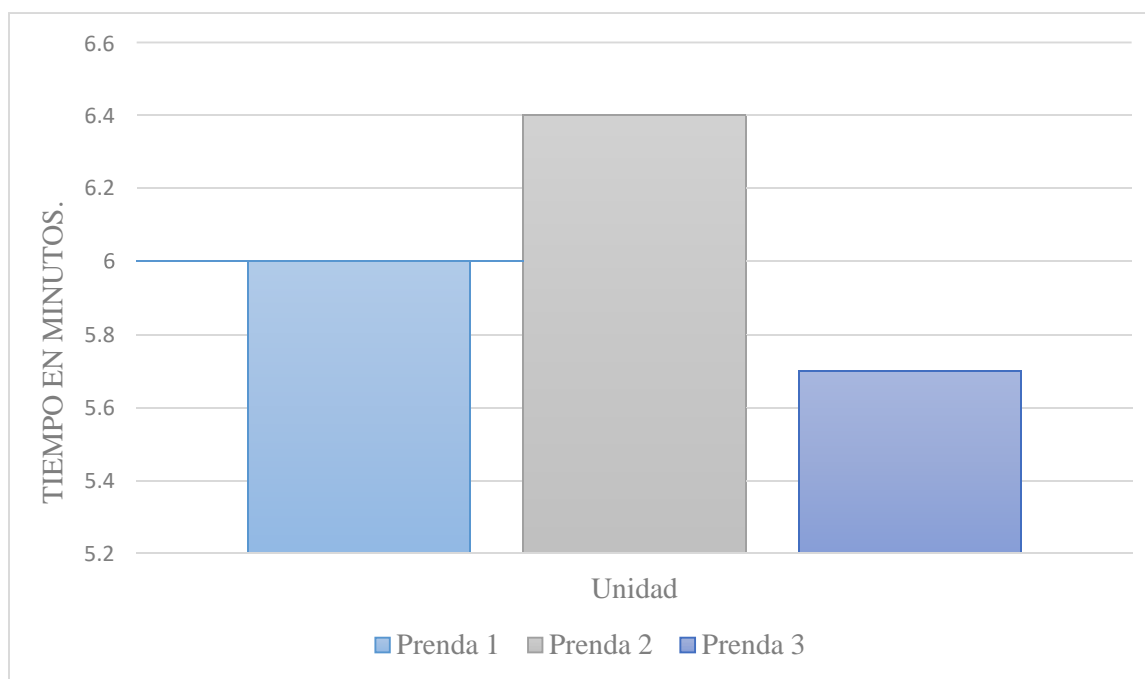
Nombre diseñador/es.	Angie Pachón Luisa Parra	Tipo de prenda.	Blusa	Temporada.	Primavera/verano	Linea.	Femenino
Nombre colección.	Modern geisha	Referencia.	001	Univ.	Casual	Fecha.	02/06/22
N°	Tipo de operación o proceso.	Tipo de máquina.	Tipo de ajuste.	Tipo y # de aguja.	Hilo.	Hilaza.	Aditamento.
1	Unir por hombros.	Fileteadora	Liviano	B63	120	Poliéster	--
2	Coser las mangas.	Fileteadora	Liviano	B63	120	Poliéster	--
3	Cerrar costados.	Fileteadora	Liviano	B63	120	Poliéster	--
4	Sesgar cuello.	Plana	Liviano	90/14	120	--	Folder para sesgo
5	Sesgar las sisas.	Plana	Liviano	90/14	120	--	Folder para sesgo
6	Hacer dobladillo.	Plana	Liviano	90/14	120	--	--
7	Hacer dobladillo en mangas.	Plana	Liviano	90/14	120	--	Folder para sesgo
8	Planchar	Plancha					

Fuente: Elaboración propia.

4.7 Capacidad Productiva.

Figura 2

Producción de unidades por minutos.



Fuente: Elaboración propia.

Nota. Se puede evidenciar que la producción de una sola prenda toma en promedio 6 minutos.

4.8 Equipo De Trabajo

4.8.1 Perfil Del Emprendedor.

El emprendedor debe ser diseñador de moda con título profesional y experiencia en el campo de la confección y patronaje, también debe conocer el funcionamiento en la planta de producción, debe conocer de textiles, corte, algo de mercadeo y publicidad, debe saber manejar programas digitales como Corel draw, Illustrator, Photoshop y Audaces patrones, debe conocer el mercado en el cual se va a desenvolver para poder diseñar prendas óptimas, debe estar al tanto de tendencias, pasarelas y colores, debe tener dominio en Inglés como segunda lengua.

El rol que va a desempeñar es como director/a general donde deberá tomar decisiones en pro de la empresa, integrar conocimientos, tener muy buena comunicación con sus subalternos, deberá conseguir buenos resultados sacando lo mejor de cada departamento, una de sus misiones es supervisar los departamentos y ayudar si es necesario en lo que necesiten por esa razón el emprendedor debe tener varios campos de acción entre sus conocimientos, adicionalmente tendrá que dedicarse tiempo completo a la empresa.

4.8.2 Cargos Que Requiere La Empresa El Primer Año.

Tabla 17

Personal requerido.

Nombre del cargo.	Funciones principales.	Formación.	Experiencia.	Tipo de contratación.	Jornada.	Salario.	Unidad.
<i>Diseñador de modas y patronista.</i>	Diseñar las prendas de las colecciones y realizar las fichas técnicas correspondientes y patronaje.	Profesional en diseño de modas.	Mínimo un año de experiencia en el sector.	Nomina	Tiempo completo.	\$1.800.000	1
<i>Director de compras</i>	Abastecer de textiles e insumos la fábrica, gestionar y mejorar la red de proveedores,	Profesional.	Dos años de experiencia en el campo.	Nomina.	Tiempo completo.	\$1.500.000	1

	liderar al equipo de calidad.						
<i>Encargado de calidad.</i>	Control de calidad de las prendas, supervisar el área de producción.	Profesional.	Dos años de experiencia.	Nomina.	Tiempo completo	\$1.200.000	2
<i>Director comercial</i>	Planificar y coordinar la distribución de las prendas.	Profesional.	Dos años de experiencia.	Nomina	Tiempo completo	\$1.200.000	1
<i>Director de marketing.</i>	Realizar las campañas de publicidad y mercadeo.	Profesional	Un año de experiencia	Prestación de servicios.	Tiempo completo	\$1.300.000	1
<i>Operario</i>	Realizar las operaciones necesarias para producir las prendas (corte, empaque)	Bachiller	Ocho meses de experiencia.	Prestación de servicios.	Tiempo completo	\$1.000.000	6
<i>Contador.</i>	Realizar las tareas financieras de la empresa.	Profesional	Dos años de experiencia.	Prestación de servicios.	Tiempo completo	\$1.800.000	1
<i>Jefe de tienda.</i>	Realizar reportes de ventas, estrategias de venta, inventario y	Profesional	Dos años de experiencia.	Nomina	Tiempo completo	\$1.200.000	1

	supervisión de personal.						
<i>Encargado de visual.</i>	Realizar el visual de la tienda.	Técnico/profesional.	Dos años de experiencia	Prestación de servicios.	Medio tiempo.	\$1.200.000	1
<i>Promotor de ventas.</i>	Promover las ventas en la tienda y oficinas varios.	Bachiller.	No es necesaria.	Nomina	Tiempo completo	\$1.000.000	4

Fuente: Elaboración propia.

Nota: El salario incluye prestaciones de ley.

Este equipo de trabajo es el estrictamente necesario para iniciar las labores de la fábrica y el local, en el periodo de un año esta cantidad de personas y cargos son los que la empresa puede pagar ya que debido a que está iniciando no se pueden pagar salarios demasiado altos ni tener muchas personas trabajando, a medida que el tiempo avance y si el negocio prospera se espera aumentar algunos sueldos y contratar a más personas según la demanda.

5. Futuro Del Negocio.

5.1 Estrategias Para Lograr La Meta De Ventas, Y Presupuesto.

Tabla 18

Estrategia mujeres al poder.

Estrategia de promoción: Mujeres al poder.				
Propósito: Generar posicionamiento de marca.				
Actividad	Recursos requeridos	Mes de ejecución	Costo	Responsable
Realizar piezas de publicidad que incluyan descuentos por el día de la mujer.	Programas de diseño como illustrator, premire pro, entre otros.	Febrero	\$105.000	Director de marketing.
Publicación de las piezas.	Cuentas oficiales en redes sociales de la marca.	Marzo	\$70.000	Director de marketing.
Publicación de publicidad en el local.	Material POP y banners.	Marzo	\$300.000	Encargado de visual.
Análisis de comportamiento.	Evaluar la campaña según los alcances esperados e indicadores.	Abril	\$140.000	Director de marketing.
Costo Total			\$515.000	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 19

Estrategia mamá, mamacita.

Estrategia de promoción: Mamá – Mamacita.				
Propósito: Promoción de ventas para entrar al mercado.				
Actividad	Recursos requeridos	Mes de ejecución	Costo	Responsable (Nombre del cargo líder del proceso)
Diseño de la campaña con promociones de 2x1 a quienes sean mamás.	Programas de diseño como illustrator, premire pro, entre otros.	Abril	\$105.000	Director de marketing.
Publicación de las piezas.	Cuentas oficiales en redes sociales de la marca.	Mayo	\$70.000	Director de marketing.
Publicación de publicidad en el local.	Material POP y banners.	Mayo	\$300.000	Encargado de visual.
Análisis de comportamiento.	Evaluar la campaña según los alcances esperados e indicadores.	Junio	\$140.000	Director de marketing.
Costo Total			\$515.000	

Fuente: Elaboración propia.

5.2 Periodo De Arranque, Tiempo Improductivo, Proyección De Gastos, Proyección De Ingresos, Proyección De Costos.

Tabla 20

Proyección de costos, ingresos, y gastos.

	nov-22	dic-22	ene-23	feb-23	mar-23	abr-23	may-23	jun-23	jul-23	ago-23	sep-23	oct-23	nov-23
<i>Costo fijo mensual</i>	\$5.7 60.0 00	\$5.7 60.0 00	\$5.7 60.0 00	\$5.7 60.0 00	\$5.7 60.0 00	\$5.7 60.0 00	\$5.7 60.0 00	\$5.7 60.0 00	\$5.76 0.000 00	\$5.7 60.0 00	\$5.7 60.0 00	\$5.7 60.0 00	\$5.7 60.0 00
<i>Deuda</i>	\$36.431.600	\$ 27.638.600	\$ 22.888.100	\$ 25.414.100	\$ 26.323.100	\$ 19.147.100	\$ 18.439.100	\$ 9.646.100	\$ 8.938.100	\$ 6.613.100	\$ 5.096.600	\$ (2.079.400)	\$ (1.978.900)
<i>Ganancia</i>	\$ 14.553.000	\$ 10.510.500	\$ 3.234.000	\$ 4.851.000	\$ 12.936.000	\$ 6.468.000	\$ 14.553.000	\$ 6.468.000	\$ 8.085.000	\$ 7.276.500	\$ 12.936.000	\$ 5.659.500	\$ 14.553.000
<i>Cuenta</i>	\$ 21.878.600	\$ 17.128.100	\$ 19.654.100	\$ 20.563.100	\$ 13.387.100	\$ 12.679.100	\$ 3.886.100	\$ 3.178.100	\$ 853.100	\$ (663.400)	\$ (7.839.400)	\$ (7.738.900)	\$ (16.531.900)

Fuente: Elaboración propia.

Nota: La deuda total es de \$30'671.600

En la tabla 20 se puede evidenciar que en el mes de julio aún existe una deuda de \$853.100 la cual se termina de pagar en agosto y se empieza a recoger una ganancia de \$663.400, lo que

quiere decir que el periodo de arranque del proyecto es de ocho meses, la casilla de deuda representa la deuda actual más el costo fijo, la ganancia es la sumatoria de la ganancia mensual más la ganancia anterior y la casilla de cuenta representa la resta entre la deuda y la ganancia mensual la cual indica cuando se llega al punto de equilibrio.

Tabla 21

Costos de la prenda.

<i>Tela 1</i>	<i>Tela 2</i>	<i>Hilo</i>	<i>Hilaza</i>	<i>Costo producción</i>	<i>Total costo variable</i>	<i>Costo fijo</i>	<i>Costo total</i>	<i>Ganancia</i>	<i>Precio de venta</i>
\$21.837	\$12.000	\$33	\$47	\$19.335	\$53.205	\$5.321	\$58.526	37%	\$80.180

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 21 se presenta la tabla de costos con la cual se logró el precio de venta del producto, la casilla tela 1 hace referencia al textil hecho de botellas PET, tela 2 es la mallatex que tiene la muestra en la espalda; el costo de producción es la sumatoria entre insumos de patronaje \$23, tiempo de producción \$13.500, empaque \$275, marquilla \$200 y transporte \$5300; el costo variable corresponde a la sumatoria entre la tela 1, tela 2, hilo, hilaza, y costo de producción; el costo fijo equivale al 10% del costo variable; el costo total es la suma entre costo fijo y costo variable; finalmente la ganancia es el 37% del costo total el cual equivale a \$21.655 que se suma al costo total para llegar al precio de venta que es \$80.180.

5.3 Fuente De Financiación.

Para iniciar el negocio se solicitará un crédito de libre inversión por el monto total de \$31.000.000 para pagar en un periodo de 12 meses con una tasa de interés efectivo anual del 30,6% con el banco Av. Villas, aunque según las proyecciones de la tabla 14 en ocho meses se puede pagar el total del crédito este se va a solicitar a un año para poder prevenir en caso de que algo salga mal, sin embargo, la meta es pagarlo en ocho meses. Las cuotas de pago

quedan por lasuma total de \$2'976,480 incluyendo seguro de vida.

5.4 Inversiones.

El objetivo principal para poder invertir en el negocio es pagar toda la deuda con el banco, una vez eso se logre una parte de los dineros de las ganancias se destinarán para la compra de más máquinas para la producción y así ampliar la capacidad de producción de la fábrica, el siguiente objetivo es la compra de un nuevo local o la ampliación del que se tiene actualmente, se invertirá en empaques y marquillas de mejor calidad, así como materiales e insumos.

6. Riesgos.

Tabla 22

Riesgos y plan de acción.

Variable*	Riesgo	Plan de mitigación
<i>Reputación.</i>	Desprestigio de la marca.	Garantías, PQRS, supervisión de calidad y de envíos de todas las prendas para evitar que esto pase.
<i>Comercial.</i>	Que no se vendan todas unidades proyectadas y la empresa quede en un estado de iliquidez.	Solicitar el préstamo con más tiempo para pagarlo y lograr tener una solución antes de que se venza.
<i>Operativo.</i>	Que se dañe la producción por un mal manejo de materiales, patrones o diseño.	Supervisar cada operación antes de enviarla a otra área, de esta manera se puede identificar el error y corregirlo.
<i>Aumento de competencia.</i>	Que diferentes empresas copien los modelos de la marca y los vendan más económicos.	Posicionar la marca de manera que cada que la gente vea un modelo sepa que no es original. Adicionalmente innovar en materiales y estar siempre en tendencia.

Fuente: Elaboración propia.

7. Referencias.

- Vilariño, A. (2021, 15 julio). *El 'top ten' de riesgos a los que se enfrentan las empresas*. Revista Haz. Recuperado 7 de junio de 2022, de <https://hazrevista.org/rsc/2017/09/el-top-ten-de-riesgos-a-los-que-se-enfrentan-las-empresas/>
- Iribarren, G. F. (2020, 25 junio). *Organigrama de una empresa textil: Estructura y organización*. Gabriel Farias Iribarren | Industria Textil, Moda y Retail. Recuperado 7 de junio de 2022, de <https://gabrielfariasiribarren.com/estructura-y-organizacion-de-una-marca-o-empresa-de-moda/>
- Banco AV Villas. (2022). [Simulador de crédito]. <https://www.avvillas.com.co/wps/portal/avvillas/banco/banca-personal/simulador-credito-libre-inversion/>
- Información sobre el trabajo en la moda*. (s. f.). FashionUnited. Recuperado 6 de junio de 2022, de <https://fashionunited.es/jobs/work/informacion-sobre-el-trabajo-en-la-moda>
- Ceupe, B. (2020, 29 octubre). *Los departamentos de una compañía y sus funciones*. Ceupe. Recuperado 6 de junio de 2022, de <https://www.ceupe.com/blog/los-departamentos-de-una-compania-y-sus-funciones.html>
- B., A. (2022, 26 enero). *Psicología Del Color Rosa (2022)*. The Color Blog. Recuperado 5 de junio de 2022, de <https://thecolor.blog/es/psicologia-del-color-rosa/>
- Medina, M. (2020, 11 junio). *Política organizacional. Concepto y esquema en la empresa*. Gestipolis. Recuperado 6 de junio de 2022, de <https://www.gestipolis.com/politica-organizacional-concepto-y-esquema-en-la->

[empresa/#:%7E:text=Una%20Pol%C3%ADtica%20Organizacional%20es%20una,cada%20%C3%A1rea%20de%20la%20organizaci%C3%B3n.](#)

Miralles, M. S. (2019, 18 julio). *Políticas de una empresa*. 10empresa. Recuperado 6 de junio de 2022, de <https://10empresa.com/politicas/>

Portafolio, R. (2009, 23 julio). *Los diez perfiles del consumidor en Bogotá presentó la Cámara de Comercio; hay de todo tipo de tendencias*. Portafolio.co. Recuperado 6 de junio de 2022, de <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/diez-perfiles-consumidor-bogota-presento-camara-comercio-hay-tipo-tendencias-377788>

Quiroa, M. (2021, 16 noviembre). *Diferencia entre cliente y consumidor*. Economipedia. Recuperado 5 de junio de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/comparaciones/diferencia-entre-cliente-y-consumidor.html>

Pursell, S. (2021, 13 mayo). *Las 10 tendencias del mercado en 2021*. Hubspot. Recuperado 4 de junio de 2022, de <https://blog.hubspot.es/marketing/tendencias-mercado>

S. (2020, 3 diciembre). *'Supersize me'*. Semana. Recuperado 2 de junio de 2022, de <https://www.semana.com/negocios/articulo/supersize-me/149507/>

Apertura tienda (s. f.). Patprimo. Recuperado 2 de junio de 2022, de <https://www.patprimo.com/apertura-tienda>

Políticas de envío y cambio. (2021, 18 febrero). By La Gorda Fabiola. Recuperado 2 de junio de 2022, de <https://bylagordafabiola.com.co/blogs/news/politicas-de-envio-y-cambio>

Xicaro Moda. (2022, 21 abril). Xicaro Moda. Recuperado 2 de junio de 2022, de <https://xicaromodaplus.com/>

Guía de Consumo de hilo. (s. f.). Coats. Recuperado 4 de junio de 2022, de

https://www.coats.com/es/information-hub/Thread-Consumption-Guide#:~:text=Dividiendo%20la%20cantidad%20de%20hilo,de%20hilo%20para%20esa%20costura.&text=*Generalmente%2C%20se%20agrega%20un%20pro-medio,de%20hilo%20derivada%20del%20consumo.

Postventa: qué es y cómo realizarla. (s. f.). Salesforce Blog. Recuperado 4 de junio de 2022,

de <https://www.salesforce.com/mx/blog/2018/3/Postventa-que-es-y-como-hacer.html>

Política de Garantías. (2022, 7 febrero). Vandalovers. Recuperado 5 de junio de 2022, de

<https://vandalovers.com/politica-garantias/>

Editorial La República S.A.S. (2022, 18 febrero). *Ventas de comercio electrónico en*

Colombia crecieron 40% y llegaron a \$40 billones. Diario La República.

Recuperado 20 de junio de 2022, de <https://www.larepublica.co/empresas/las-ventas-de-ecommerce-en-colombia-crecieron-40-y-llegaron-a-40-billones-3305200#:~:text=Esto%20se%20refleja%20en%20que,incluso%20por%20encia%20de%202020.>

¿Por qué el 89 % de los colombianos ya está trabajando presencialmente? (2022, 29

marzo). RTVC. Recuperado 20 de junio de 2022, de

<https://www.canalinstitucional.tv/colombianos-trabajan-mas-presencial-virtual-porque>