

Proyecto de pre-inversión para la creación de una empresa de diseño y confección de ropa
femenina para cristianas en la ciudad de Villavicencio-Meta

Lizbeth Londoño Valderrama & Diana Córdoba Beltrán.

Agosto de 2016

Director: Marcos Edilson Hernández

Trabajo de grado presentado para obtener el título de

Administrador de Empresas

Universidad de los Llanos

Villavicencio-Meta

Tabla de contenido

Resumen.....	16
Abstract	19
1. Introducción	22
2. Planteamiento del problema.....	24
3. Justificación	26
4. Objetivos.....	28
4.1. Objetivo General.....	28
4.2. Objetivos Específicos.....	28
5. Marco Teórico.....	29
5.1. Estado del arte.....	32
6. Metodología propuesta.....	34
6.1. Tipo de investigación.....	34
6.1.1. Universo.....	34
6.1.2. Población.....	35
6.1.3. Muestra	36
7. Diagnostico competitivo	38
7.1.Diagnostico competitivo análisis del entorno según las 5 fuerzas de Michael Porter ...	38

7.1.1.	Intensidad de la competencia.....	38
	Número de competidores:	38
	Homogeneidad de las empresas:	38
	Especificidad de los activos:	38
	Condiciones cambiantes de la oferta y la demanda:	39
	Crecimiento lento de la industria	39
7.1.2.	Productos sustitutos.	40
	Limitación que pueden colocar en la fijación de precios en el sector:.....	40
	Atracción del comprador frente a la relación de precio/beneficio:	40
	Posicionamiento de marca y nombre de marca en la mente del consumidor:	40
	Propensión del comprador a sustituir:.....	41
	Disponibilidad de sustitutos cercanos:.....	41
7.1.3.	Entrada de nuevas empresas.	42
	Precios relativamente bajos:.....	43
	Productos de mejor calidad:	43
	Expectativas por parte de los clientes al ser un nuevo negocio:	43
	Atención personalizada por parte de los vendedores	43
	Diferenciación de productos:	43
7.1.4.	Poder del comprador.	45
	Volumen comprador:	45
	Costos o facilidades del cliente de cambiar empresa:	45
	Disponibilidad de información para el comprador:	45

Capacidad de integrarse hacia atrás:	45
Ventaja diferenciada:	46
7.1.5. Poder de los proveedores:	47
Concentración de proveedores:	47
Costos de cambio:	47
Número de productos sustitutos disponibles en el mercado:	47
Productos de calidad inferior:	47
Facilidad de sustitución:.....	47
8. Estudio de Mercados.....	50
8.1. Investigación de mercados.....	50
8.1.1. Análisis de datos.	51
8.1.2. Conclusiones de las gráficas.	60
8.2. Análisis de la demanda	61
8.2.1. Mercado objetivo	62
8.2.2. Justificación del mercado objetivo.....	62
8.2.3. Estimación del mercado potencial	63
8.2.4. Estimación del segmento	63
8.2.5. Perfil del Consumidor y/o del cliente	63
8.2.6. Consumo probable	64
8.2.7. Tipos de demanda	64
8.3. Análisis de la Oferta.....	65
8.3.1. Identificación de los competidores potenciales.	65

8.3.2.	Análisis de precios.	66
8.3.3.	Imagen de la competencia ante los clientes	69
8.3.4.	Listado de proveedores y localización.	69
8.4.	Estrategias de mercados	71
8.4.1.	Concepto del producto o servicio.	71
	Marca.....	71
	Slogan.....	72
	Empaque.....	72
8.4.2.	Estrategias de distribución.	72
8.4.3.	Estrategias de precio.	74
8.4.4.	Estrategias de promoción.....	75
8.4.5.	Estrategias de comunicación.....	76
8.5.	Estrategias de servicio.....	77
8.5.1.	Garantía.....	77
8.5.2.	Presupuesto de la mezcla de mercados.	79
8.6.	Estrategias de aprovisionamiento.	82
8.6.1.	Proyecciones de ventas.	84
9.	Estudio Técnico	86
9.1.	Tamaño del proyecto.....	86
9.1.1.	Tamaño óptimo de la planta.....	88
9.1.2.	Capacidad diseñada.....	93

9.1.3.	Capacidad instalada	93
9.2.	Operación.....	94
9.2.1.	Ficha técnica del producto o servicio.....	94
	Descripción del proceso	100
	Flujograma de producción.....	101
9.2.2.	Necesidades y requerimientos.....	103
	Capacidad instalada:.....	106
9.2.3.	Costos indirectos de fabricación	107
9.2.4.	Plan de producción.....	108
9.3.	Plan de Compras	112
9.3.1.	Consumos por unidad de producto.	112
9.3.2.	Costos de Producción.....	114
9.4.	Políticas de inventarios	115
9.5.	Política de cartera.....	117
9.6.	Localización e infraestructura.....	117
9.6.1.	Localización.....	117
9.6.2.	Infraestructura.....	120
	Maquinaria y equipo	120
	Costo de maquinaria y equipo.....	121
	Requerimientos muebles y equipos.....	121
9.6.3.	Distribución de planta.....	122

10.	Estudio Administrativo	127
10.3.	Estructura organizacional.....	127
10.3.1.	Planeación estratégica.....	129
10.3.2.	Principios Organizacionales.....	130
10.4.	Reglamento interno.....	131
10.5.	Definición de puestos de trabajo.....	131
10.5.1.	Manual De Funciones.	131
10.6.	Costos administrativos	148
10.6.1.	Gastos de personal.	148
10.6.2.	Gastos de puesta en marcha.	150
10.6.3.	Gastos anuales de administración.	150
11.	Estudio Legal	153
11.1.	Constitución de la empresa y aspectos legales	153
11.1.1.	Aspectos Legales.	153
12.	Estudio Financiero	163
12.1.	Ingresos	163
12.1.1.	Fuentes de financiación.....	163
12.2.	Modelo financiero.....	166
12.2.1.	Balance general.....	166
12.2.2.	Estado de resultados.....	169

12.3. Egresos	175
12.3.1. Capital de trabajo.	175
12.4. Identificación y análisis de riesgos	177
12.4.1. Sensibilización	177
12.4.2. Metas sociales del plan de negocio	184
Metas sociales.	184
Plan nacional de desarrollo:	184
Plan regional de desarrollo.....	185
Clúster o cadena productiva:	185
13. Estudio ambiental.....	187
14. Evaluación del proyecto.....	189
14.1. Evaluación financiera o privada.....	189
14.1.1. Flujo de fondos.....	189
14.2. Evaluación económica y social	192
15. Conclusiones	194
16. Recomendaciones	196
Referencias	197
Anexos.....	200

Listado de tablas

Tabla 1 Población de Villavicencio por edad y sexo 2015	35
Tabla 2 Intensidad de la competencia	39
Tabla 3 Productos sustitutos	41
Tabla 4. Entrada de nuevas empresas	44
Tabla 5. Poder del comprador	46
Tabla 6. Poder del proveedor	48
Tabla 7. Matriz de calificación de fuerzas	49
Tabla 8. Empresas comercializadoras de ropa	65
Tabla 9. Análisis de precios competidores indirectos.....	66
Tabla 10. Lista de proveedores	69
Tabla 11. Precio por prenda Sahian Diseños	74
Tabla 12. Costo de la estrategia de promoción	75
Tabla 13. Costo estrategia de comunicación.....	76
Tabla 14. Presupuesto mezcla de mercados.....	80

	10
Tabla 15. Lista de proveedores materia prima.....	82
Tabla 16. Proveedores de suministros	83
Tabla 17. Proyección de ventas anuales en unidades	84
Tabla 18. Proyección de ventas anuales en pesos.....	85
Tabla 19 Tamaño óptimo de la planta año 1.....	88
Tabla 20 Tamaño óptimo de la planta año 2.....	89
Tabla 21 Tamaño óptimo de la planta año 3.....	90
Tabla 22 Tamaño óptimo de la planta año 4.....	91
Tabla 23 Tamaño óptimo de la planta año5.....	92
Tabla 24. capacidad diseñada de Sahian Diseños.....	93
Tabla 25 Capacidad instalada de Sahian Diseños.....	93
Tabla 26 Ficha tecnica	95
Tabla 27. Formar implementadas en el flujograma de procesos	101
Tabla 28 Flujograma de proceso de producción.....	101
Tabla 29Flujograma de procesos de venta Sahian Diseños	102
Tabla 30. Costo de producción por camisa.....	103

Tabla 31 Costo de producción por faldas	104
Tabla 32 Costo de producción por vestido	105
Tabla 33 Capacidad instalada anualmente	106
Tabla 34 Costos indirectos de fabricación	107
Tabla 35 Capacidad de producción porcentual por prenda.....	107
Tabla 36 CIF por unidad producida	108
Tabla 37 Plan de producción año 1	108
Tabla 38 Plan de producción año 2.....	109
Tabla 39 Plan de producción año 3.....	110
Tabla 40 Plan de producción año 4.....	111
Tabla 41 Plan de producción año 5.....	111
Tabla 42 Consumo por unidad de producto	112
Tabla 43 Costo de materia prima por producto	114
Tabla 44 Costo de mano de obra por unidad de producto	115
Tabla 45 Rotación de inventarios	115
Tabla 46 Rotación de cartera	117

	12
Tabla 47 Método cualitativo por puntos	119
Tabla 48 Descripción de maquinaria y equipo	120
Tabla 49 Costo de maquinaria y equipo	121
Tabla 50 Costo de muebles y equipos.....	121
Tabla 51 Ficha técnica de maquina plana marca MSL.....	123
Tabla 52 Ficha técnica de maquina collarin marca MSL	124
Tabla 53. Ficha técnica de maquina fileteadora marca MSL.....	125
Tabla 54 Gastos del personal	148
Tabla 55 Gastos de puesta en marcha	150
Tabla 56 Gastos anuales de administración	150
Tabla 57Otros costos de fabricación.....	152
Tabla 58 Recursos necesarios	163
Tabla 59 Criterios de decisión	165
Tabla 60 Balance general de Sahian Diseños	166
Tabla 61 Estado de resultados Sahian Diseño	170
Tabla 62 Flujo de caja Sahian Diseños	172

Tabla 63 Flujo de caja inversión.....	173
Tabla 64 Flujo de caja de financiamiento.....	174
Tabla 65 Capital de trabajo.....	175
Tabla 66 Estado de resultados con riesgo de producción.....	177
Tabla 67 Indicadores de rentabilidad con riesgo de producción.....	179
Tabla 68 Estado de resultados con riesgo de costos.....	179
Tabla 69 Indicadores de rentabilidad con riesgo de costos.....	181
Tabla 70 Estado de resultados con riesgo de producción y costos.....	182
Tabla 71 Indicadores de rentabilidad con riesgo de producción y costo.....	184
Tabla 72 Flujo de fondos.....	189
Tabla 73 Indicadores de rentabilidad.....	191
Tabla 74 Evaluación económica y social.....	192

Listado de figuras

Figura 1 Lugares de compra	51
figura 2 Frecuencia de compra.....	52
figura 3 Modificaciones en la ropa	52
Figura 4 Partes en las que se realizan modificaciones.....	53
figura 5 Participación en la creación de prendas	54
figura 6 Aspectos en los que prefieren participar	54
figura 7 Medio a través del cual participarían	55
figura 8 Aspectos de mayor importancia	56
figura 9 Prendas más compradas.....	57
Figura 10 Pagos por camisa	57
figura 11 Pagos por falda.....	58
Figura 12 Pagos por vestidos	59
figura 13 Valor porcentual del compra	60

Anexos

Anexo 1 Logotipo de Sahian Diseños.....	200
Anexo 2 Empaque para los productos de la empresa SAHIAN	200
Anexo 3 Imagen de diseño de estrategia en redes sociales.....	201
Anexo 4Reglamento interno de Sahian Diseños.....	201

Resumen

SAHIAN Diseños surge como un emprendimiento que busca satisfacer la necesidad existente de las mujeres cristianas no católicas que deben vestirse de una forma especial debido a los lineamientos establecidos por las iglesias en las cuales profesan su fe, pero que además de cumplir con todas sus creencias religiosas también buscan estar a la moda, sintiéndose cómodas y bellas con sus prendas.

A pesar de ser Colombia un país en donde la mayoría de su población pertenecen a la iglesia Católica, Apostólica y Romana, el aumento que se viene generando de iglesias alternativas, comúnmente llamadas evangélicas, cristianas o protestantes, es evidente y cada vez mayor desde la constitución de 1991 que en su artículo 19 garantiza la libertad de culto de los Colombianos (Colombia, 1991), teniendo mayor auge en la última década; para finales del 2015 el 87% de la población se considera católica, el 11,5% cristianos protestantes. Según cifras del Ministerio del Interior, de asuntos religiosos en Colombia se solicitan mensualmente entre 20 y 50 personería jurídicas para entidades religiosas no católicas, las cuales deben cumplir con una normatividad mínima para recibir el aval del ministerio y poder desarrollar sus funciones como entidad legal.

Existen diversos parámetros de vestuario para las mujeres pertenecientes a las iglesias cristianas, por lo cual ellas necesitan un lugar en el cual pueden adquirir sus prendas especialmente diseñadas bajo sus parámetros, para que de esta manera no tengan que hacer modificaciones o añadiduras a sus prendas de vestir.

En Colombia la industria textil por tradición ha representado un rubro importante en el PIB Nacional, a lo largo de la última década, el mercado del sistema moda colombiano alcanza una

tasa compuesta anual del 4,2% con un valor de mercado de US\$ 8.690 a 2014, ubicándose como el tercer país en la región después de Argentina y Brasil. (Procolombia.co, 2014).

Por lo tanto la creación de una empresa de confecciones es una idea prometedora, que claramente necesita de unas bases teóricas como las de Frederick Taylor quien plantea que para la creación de empresa se tienen los siguientes principios básicos:

Principio de planeamiento: sustituir en el trabajo el criterio individual del operario, la improvisación y la actuación empírico-práctica por los métodos basados en el procedimiento científico. Principio de la preparación: Seleccionar científicamente a los trabajadores de acuerdo con sus aptitudes y prepararlos, entrenarlos para producir más y mejor, de acuerdo con las normas establecidas y según lo previsto. Principio de Control: Controlar el trabajo para certificar que el mismo está siendo ejecutado de acuerdo con lo planeado (Taylor, 1911)

Para SAHIAN Diseños su principal objetivo es desarrollar un proyecto de pre inversión para la creación de una empresa de confecciones de ropa femenina para cristianas, formada por madres cabeza de familia pertenecientes a la ciudad de Villavicencio- Meta. Del cual se desprenden algunos objetivos específicos los cuales son:

Elaborar un estudio de mercado que determine las características del público objetivo, competidores, proveedores y la aceptación que tendría la empresa.

Desarrollar el estudio técnico que especifique los requerimientos físicos, infraestructura, y el tamaño de la misma.

Especificar mediante un estudio administrativo y legal la estructura tanto jurídica como orgánica de la empresa. Realizar un estudio financiero en el que se señale la inversión requerida, el financiamiento externo y se desarrollen los presupuestos necesarios para la creación de la empresa. Elaborar un estudio ambiental donde se determine las implicaciones ambientales y sociales de la puesta en marcha de la empresa. Realizar un análisis de riesgo que permita establecer los factores que afecten de manera negativa el rendimiento de la empresa.

Para el desarrollo de este proyecto se utilizó una metodología descriptiva, con apoyo de tipo campo y documental pues se pretende medir variables que incurren de forma positiva o negativa en la posibilidad de crear dicha microempresa. Utilizando instrumentos cualitativos para encontrar y posteriormente analizar las características del mercado en el cual se va a desarrollar la microempresa.

Finalmente se obtiene como resultados que es totalmente viable la creación de SAHIAN Diseños, ya que el mercado objetivo (mujeres cristianas de 15 a 35 años de edad) aprueba la creación de esta microempresa, manifestando querer satisfacer esta necesidad existente y si además lo pueden hacer con una empresa de la región en la cual van a poder hacer parte del diseño de sus prendas. El proyecto de Pre-inversión SAHIAN Diseños, arroja una rentabilidad del 255%, con una Tasa Interna de retorno del 73% demostrando así que sus indicadores de rentabilidad son favorables y muy atractivos para un posible inversionista.

Palabras claves: evangélico, cristianas, iglesias, religión, confecciones, moda, diseño, vestuario, parámetros.

Abstract

SAHIAN designs emerged as a venture that seeks to meet the existing need of non-Catholic Christian women should dress in a special way because of the guidelines established by the churches in which they profess their faith, but also to fulfill all their religious beliefs also they seek to be fashionable, feeling comfortable and beautiful with their garments.

Despite being Colombia a country where the majority of the population belong to the Catholic, Apostolic and Roman Church, the increase has been generating alternative churches, commonly called evangelical, Christian or Protestant, is evident and growing from the 1991 constitution in Article 19 guarantees freedom of worship of Colombian (Colombia, 1991) taking peak in the last decade; end of 2015 87% of the population consider themselves Catholic, 11.5% Protestant Christians. According to the Ministry of Interior of religious affairs in Colombia they are requested monthly between 20 and 50 legal personality to non-Catholic religious institutions, which must comply with minimum standards for the approval of the ministry and to perform their functions as legal entity.

There are several parameters costumes for women belonging to Christian churches , so they need a place where they can purchase their specially designed under its parameters garments , so that in this way do not have to make changes or additions to their garments wear. In Colombia the textile industry has traditionally represented an important segment of the national GDP , over the last decade , the Colombian fashion market system reaches a CAGR of 4.2% with a market value of US \$ 8,690 2014 , ranking as the third country after Argentina and Brazil the region. (Procolombia.co , 2014) .

Therefore the creation of an apparel company is a promising idea, which clearly requires a theoretical basis as Frederick Taylor who states that for creating company have the following basic principles:

Planning principle: replace at work the individual judgment of the operator, improvisation and performance practice by empirical methods based on scientific procedure. Principle of the

preparation: Select scientifically workers according to their skills and prepare them, train them to produce more and better, in accordance with established rules and schedule. Principle of Control:

Control the work to certify that it is being executed according to plan (Taylor, 1911)

Designs for SAHIAN its main objective is to develop a pre-investment project for the creation of a women's apparel company clothing Christian, formed by single mothers belonging to the city of Villavicencio Meta. Which some specific goals which are arising:

Develop a market study to determine the characteristics of the target audience, competitors, suppliers and acceptance that would have the company.

Develop the technical study to specify the physical requirements, infrastructure, and the size of it.

Specify by administrative and legal study both legal structure and organic of the company.

Make a financial study that the investment required noted, external funding and budgets necessary for the establishment of the company to develop.

Develop an environmental study where environmental and social implications of the implementation of the company is determined.

Conduct a risk analysis to establish the factors negatively affecting the performance of the company.

For the development of this project a descriptive methodology was used, with field support and document type as it is intended to measure variables incurred positively or negatively on the possibility of creating such a microenterprise. Using qualitative tools to find and then analyze the characteristics of the market which will develop microenterprises.

Finally you get as a result is entirely feasible to create SAHIAN designs, since the target market (Christian women aged 15 to 35 years old) approves the creation of this microenterprise, stating wanting to satisfy the existing need and if you can also do with a company of the region in which they will be able to do part of the design of their garments. The Pre-investment project SAHIAN Designs, yields a return of 255%, with an internal rate of return of 73% demonstrating their profitability indicators are favorable and attractive for a potential investor.

Keywords: *evangelical, Christian, churches, religion, clothing, fashion, design, clothing, parameters.*

1. Introducción

La idea de emprendimiento se fundamenta en la creación de una empresa de diseño y confección de prendas de vestir enfocadas en las mujeres cristianas que utilizan un estilo de prendas diferentes a las de la mayoría de mujeres del país, resaltando siempre su feminidad y belleza, sin dejar de lado las doctrinas religiosas de cada una.

Como lo refirió el presidente del Consejo Evangélico de Colombia, Édgar Castaño para un reportaje de Caracol Radio, en los últimos 15 años se ha podido apreciar un gran crecimiento en la conversión de personas al cristianismo (Caracol Radio, 2012), este es un hecho evidente que puede ser apreciado por todos, lo anterior, denota un reto ya que amplía notablemente nuestro mercado objetivo.

Así pues, también es claro que “las personas llevan prendas y símbolos religiosos o culturales por muchas razones distintas” (Amnistía Internacional, 2012, p. 10). Según lo refiere Gonzales (como se citó en Alonso, 2013), “Las modas son la manifestación externa de un estilo, de ciertas cualidades interiores, de ciertos valores” (p. 18). En este sentido, Por ejemplo, una mujer podría llevar el pañuelo como manifestación de su cultura, religión o tradición o por cualquier otra razón, mientras que otras a menudo perciben tales símbolos o códigos indumentarios como una manifestación de una religión concreta (Amnistía Internacional, 2012, p. 10).

Es importante entonces resaltar que “las modas y tendencias han ensalzado la belleza femenina en muchas épocas de la historia y han llegado a ser incluso el símbolo de una determinada época” (Alonso, 2013, p. 15). También según Gonzales y García (2008), “La moda constituye ante todo un modo simbólico de distinción y asimilación social, mediante el cual un

individuo manifiesta y refuerza su identificación o diferenciación con un grupo social determinado” (p. 10). Por lo anterior, se entiende que las mujeres que bases su ideología en ciertas doctrinas religiosas, utilicen un vestuario diferente, en correspondencia a sus marcadas ideas y pensamientos sobre el modo adecuado en que se deben vestir las mujeres.

Por tanto *Sahian, vístete como Dios manda*, ofrecerá al mercado regional, nacional e internacional la belleza, el estilo, los diseños y la comodidad que las mujeres pertenecientes a las entidades religiosas no católicas están demandando.

2. Planteamiento del problema

Las diferentes religiones, manejan una especie de normativas bajo las cuales se rige la forma de vestir de las personas, y se sugieren tanto diferentes formas de prendas como de lucirlas que son asumidos como mayormente apropiados, “la expresión prendas y símbolos religiosos o culturales alude a símbolos y formas de vestir que suelen percibirse como asociados a una afiliación o identificación religiosa y cultural particular” (Amnistía Internacional, 2012, p. 10).

Moda y religión es una conjugación que para algunos no se puede realizar; en efecto se afirma que “la moda constituye ante todo un modo simbólico de distinción y asimilación social, mediante el cual un individuo manifiesta y refuerza su identificación o diferenciación con un grupo social determinado” (Gonzales & García, 2008, p. 10). Según lo que se piensa desde una mirada religiosa de la moda y las formas de vestir, se puede resaltar lo dicho por Showalter (2011), en su libro *¿Por qué te vistes así?*, donde señala que “Dios quiere que tu forma de vestir haga resaltar la pureza de tu carácter, no las cualidades sensuales de tu cuerpo” (p.27), se puede entonces apreciar claramente, el pensamiento marcado de que la ropa es un reflejo de lo que se es por dentro, por ello entonces se generan ciertos parámetros sobre las vestimentas adecuadas para usar.

La cita bíblica más conocida en este tema es I Timoteo 2:9-10 donde se dice que: Así mismo que las mujeres se atavíen de ropa decorosa, con pudor y modestia; no con peinado ostentoso, ni oro, ni perlas, ni vestidos costosos, sino con buenas obras, como corresponde a mujeres que profesan piedad.

Según lo refiere Showalter (2011), en dicha cita se encuentran tres palabras claves que implementan en la mayoría de las religiones para guiar a sus seguidoras en cuanto a su vestimenta (p. 35), estas palabras son:

Decoro: Pureza, honestidad, recato.

Pudor: Honestidad, modestia, recato.

Modestia: Cualidad de humilde, falta de engreimiento o de vanidad”. (Real Academia Española, s.f.)

Debido entonces, a las exigencias y límites establecidos por dichos parámetros religiosos, para algunas mujeres es bastante tedioso encontrar las prendas adecuadas que además de conservar sus requisitos de fe, también conserven su feminidad, su belleza y su juventud. Por esta razón es que se decidió enfocar este proyecto en la creación de una empresa de confecciones que cree prendas diseñadas especialmente para este tipo de mujeres que satisfaga la necesidad existente de tener una apariencia física agradable, sin llegar a faltar a sus ideologías religiosas.

3. Justificación

El aumento de entidades religiosas en el país ha sido bastante amplio según cifras de la Dirección de Asuntos Religiosos del Ministerio del Interior mensualmente se solicitan entre 20 y 50 personerías jurídicas para entidades religiosas (Ministerio del Interior, 2015) para principios del año 2015 las cifras de entidades religiosas no católicas con personería jurídica registradas ante el ministerio del interior llegaban a las 5209, y más de 7000 entidades religiosas entre los registros de la DIAN (Serna & Ruiz, 2015). Además la documentación necesaria para obtener la personería jurídica para un entidad religiosa no es tan exigente como para abrir un local comercial, puesto que después de la constitución de 1991 se promulgo la ley estatutaria de libertad religiosa, ley 133 de mayo 23 de 1994 aumentando la facilidad para otorgar personerías jurídicas a entidades religiosas (Prieto, 2012).

En Colombia la religión católica, es la iglesia con mayor número de miembros con un 87,3% de la población del país, otras iglesias como la protestante o evangélica, cuenta con 11,5% de la población que hace parte de estas, también hay grandes conglomerados de miembros de la Iglesia de Jesucristo de los Santos de los últimos días, adventistas del séptimo día, Testigos de Jehová, Judíos, Musulmanes, Hinduistas, agnósticos, entre otros (Oficina de informacion Diplomática , 2015).

El departamento del Meta no ha sido ajeno a esta situación como lo constata el Departamento de Planeación Nacional, DANE (2015), se ha evidenciado un aumento en el número de iglesias y/o entidades religiosas aunque no se encuentran cifras exactas al respecto. Se puede determinar según los datos poblacionales de las proyecciones 2015 obtenidas del último censo realizado por

el DANE, que en el departamento existe alrededor de 961.334 habitantes, para Villavicencio el número de habitantes proyectados es de 484.471 (DANE, 2015), comparando estas cifras con los datos anteriormente mencionados se puede determinar que en Villavicencio la cantidad de personas que pertenecen a religiones cristianas no católicas son una gran parte de la población, aunque menos que las pertenecientes a la iglesia católica, de estas personas, se puede sugerir que las mujeres son sin duda un gran porcentaje de los integrantes de estas iglesias. Es esta población femenina de religiones no católicas las que conforman el mercado objetivo, planteado por la empresa *Sahian*, ya que son las mujeres que utilizan prendas de vestir con parámetros diferentes a las que utiliza la mayoría de mujeres Villavicenses, debido a que sus prendas deben cumplir con ciertos parámetros religiosos.

Existen diversos parámetros de vestuario para las mujeres pertenecientes a las iglesias cristianas, por lo cual ellas necesitan un lugar en el cual pueden adquirir sus prendas especialmente diseñadas bajo sus parámetros, para que de esta manera no tengan que hacer modificaciones o añadiduras a sus prendas de vestir.

En Colombia la industria textil por tradición ha representado un rubro importante en el PIB Nacional, a lo largo de la última década, el mercado del sistema moda colombiano alcanza una tasa compuesta anual del 4,2% con un valor de mercado de US\$ 8.690 a 2014, ubicándose como el tercer país en la región después de Argentina y Brasil. (Procolombia.co, 2014).

4. Objetivos

4.1.Objetivo General

Desarrollar un proyecto de pre inversión para la creación de una empresa de confecciones de ropa femenina para cristianas, formada por madres cabeza de familia pertenecientes a la ciudad de Villavicencio- Meta en el primer semestre del 2016.

4.2.Objetivos Específicos

Elaborar un estudio de mercado que determine las características del público objetivo, competidores, proveedores y la aceptación que tendría la empresa.

Desarrollar el estudio técnico que especifique los requerimientos físicos, infraestructura, y el tamaño de la misma.

Especificar mediante un estudio administrativo y legal la estructura tanto jurídica como orgánica de la empresa.

Realizar un estudio financiero en el que se señale la inversión requerida, el financiamiento externo y se desarrollen los presupuestos necesarios para la creación de la empresa.

Elaborar un estudio ambiental donde se determine las implicaciones ambientales y sociales de la puesta en marcha de la empresa.

Realizar un análisis de riesgo que permita establecer los factores que afecten de manera negativa el rendimiento de la empresa.

5. Marco Teórico

Un proyecto de pre inversión más que una herramienta es una guía para el emprendedor, que le posibilita plasmar y transformar las ideas de proyectos en estudios técnicos –económicos permitiéndole evaluar la viabilidad de sus ideas y la puesta en marcha de estas; donde se escoge una idea promisorio, se hace identificación, evaluación de costos y también los beneficios que dicha idea implican (Sarmiento, 2006, p.5).

Ahora bien, como la finalidad del proyecto de pre inversión es determinar la viabilidad de la creación de una empresa, se hace necesario abordar el tema de lo que es una empresa, para ciertos autores es un conjunto de factores humanos, materiales, financieros y técnicos organizados e impulsados por la dirección, que tratara de alcanzar unos objetivos acordes con la finalidad asignada de forma previa (Linares & Montaña, 2001, p.181).

Otras concepciones se encuentran enfocadas en la comunicación entre los partícipes y determinan que son unidades construidas a partir de conversaciones específicas que están basadas en la capacidad de los seres humanos para efectuar compromisos mutuos cuando se comunican entre sí. Por tanto, una empresa es una red estable de conversaciones (Echeverria,2003, p.147). O definidas llanamente por el diccionario de la real academia como “unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación con fines lucrativos”.

Frederick Taylor plantea que para la creación de empresa se tienen los siguientes principios básicos:

Principio de planeamiento: sustituir en el trabajo el criterio individual del operario, la improvisación y la actuación empírico-práctica por los métodos basados en el procedimiento científico.

Principio de la preparación: Seleccionar científicamente a los trabajadores de acuerdo con sus aptitudes y prepararlos, entrenarlos para producir más y mejor, de acuerdo con las normas establecidas y según lo previsto.

Principio de Control: Controlar el trabajo para certificar que el mismo está siendo ejecutado de acuerdo con lo planeado (Taylor, 1911)

La estructura de una organización puede definirse como el conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo en tareas distintas, y la coordinación entre dichas tareas; (Gill, 1998, p.10) "es por ello que en una empresa se debe conocer la división del trabajo que predomina y analizar cómo se coordinan las diferentes tareas". Estas apreciaciones tienen su origen en la teoría clásica de Henry Fayol, la cual concibe la organización como una estructura; para Fayol los principales aspectos de la estructura organizacional son: división del trabajo, autoridad y responsabilidad, unidad de mando, unidad de dirección, intereses individuales en subordinación, jerarquía o cadena escalar, orden, iniciativa, espíritu de equipo, centralización, disciplina, justa remuneración, estabilidad y la equidad (Chiavenato, 2004, p.125).

Lograr una estructura organizacional que permita el éxito de la empresa, se determina para otros autores mediante factores como el compromiso con una misión y unos valores compartidos, así pues Blanchard & O'Connor (1997) crean el proceso APV - *administración por valores*, donde argumentan que aclarar los valores, propósitos y misión de la empresa, comunicándolos y

esencialmente alineándolos a las practicas diarias en todos los niveles de la organización son garantía de un éxito rotundo.

A lo que Hamel (2008), indica que construir un modelo administrativo del siglo XXI que realmente fomente, honre y aprecie la iniciativa, la creatividad y la pasión de los seres humanos, son ingredientes esenciales y delicados para el éxito de los negocios en este nuevo milenio. p(344).

Si bien el aspecto de la estructura organizacional motiva a llevar un buen manejo dentro de la empresa, es importante echar un vistazo a lo que sucede fuera de ella y es allí donde Michael Porte pone en términos de “capacidad de crear” lo que necesariamente se encuentra relacionado con la interacción con el entorno y el desarrollo de la innovación. Las ventajas competitivas son sostenibles en el tiempo y permiten comparar desempeños en el mercado. (Porter,2009).

El aporte de este autor es la preocupación por la gestión de la competitividad; es por tanto que determina 5 fuerzas que moldean la competencia en un sector, donde la labor fundamental del estratega es comprender y hacer frente a la competencia, estas fuerzas son, (Porter,2009) el poder de negociación de los clientes, el poder de negociación de los proveedores, la entrada de nuevas empresas y los productos sustitutos. (p, 31). De este modo define la estructura de una industria y plantea que esta se moldea con la interacción competitiva dentro de ella, donde el conocimiento y control de estas fuerzas determinaran el éxito o fracaso de los proyectos de negocio en cualquier sector económico.

Concluyendo (Trias & Kotler,2011) en su libro *Innovar Para Ganar*, hacen referencia a la razón de ser de cada empresa el cual es cliente y de la importancia de este en la empresa; ya no

estamos hablando de satisfacer las necesidades de los clientes, mantra del marketing. El tema es más profundo. Se trata de realzar el papel de las vidas de los clientes a través de la observación y de sus comportamientos actuales e imaginar modos de enriquecer y mejorar sus vidas. (p 32).

5.1.Estado del arte

Los atisbos de vestuario en la civilización aparecen como medio para protegerse de las inclemencias climáticas y de los ataques de depredadores mediante pieles de animales, datos encontrados afirman que “hace 120.000 años empezó lo que se conoce como la glaciación de Würm, la última glaciación, así pues Neandertales o Denisovanos diseñaron prendas de vestir más elaboradas con el fin de protegerse”.

Con la hilatura y tejido del algodón el antiguo Egipto, China e India comenzaron el desarrollo de la industria textil en el comercio marítimo y a principios de “1638 India vendía a Inglaterra cerca de 200.000 camisas y ropa interior de tallas y colores variados” (Unión Europea). En 1850 aparece la primera máquina de coser lo que permitió la fabricación a gran escala, sin embargo afecto gravemente a los trabajadores puesto que les bajaron los salarios, aumentaron las horas de trabajo y existía la explotación de emigrantes. Para 1860 compañías como Barran & Sons fundaron fábricas de confección especiales con tecnología de última generación. (Unión Europea).

La globalización del comercio de ropa, permitió que productores más baratos incursionaran en el mundo y consolidaran su dominio en la industria de confecciones.

Ahora bien, dando una mirada a nuestro país; en 1908 se inaugura en Colombia la primera industria textilera llamada Coltejer, como consecuencia de la estabilidad institucional del país la modernización y la apertura económica que género el crecimiento del sector, donde empresas como Coltejer, Fabricato Y Tejicondor eran las que dominaban la producción de hilados y tejidos (Conde, 2009, p 23).

Las regiones con mayor producción en Colombia es “Antioquia con una participación del 56.6%, seguida de Bogotá con 18.9%; existe alrededor de 450 fabricantes textiles y 10.000 de confecciones, en su gran mayoría pequeñas fábricas que tienen entre 20 y 60 máquinas de coser” (centro de desarrollo empresarial,2010,p 28).

6. Metodología propuesta

6.1. Tipo de investigación

De acuerdo con el problema descrito, la viabilidad de una microempresa de confecciones de ropa femenina para cristianas, formada por madres cabeza de familia pertenecientes a la ciudad de Villavicencio- Meta; la investigación es descriptiva pues se pretende medir variables que incurren en la posibilidad o no de la creación de dicha microempresa, apoyada en una investigación tipo campo y documental, ya que permite comprender la situación real del problema y dar las posibles soluciones, estudiando a su vez fuentes documentales.

En su primera fase del proyecto se implementara el método inductivo puesto que mediante encuesta se buscara conocer aspectos tales como gustos y expectativas frente a la creación de la micro empresa; en su segunda fase se implementa el método deductivo ya que se condensa la información en gráficos y tablas.

Posteriormente teniendo en claro cuáles son las necesidades y los posibles requerimientos que solicitan los consumidores será de vital importancia aplicar una investigación en las que se utilice la técnica de investigación cuantitativa para tener más precisión en los datos con una base estadística sólida.

6.1.1. Universo

El universo de estudio de la presente investigación está orientado al análisis y observación de cerca de 28.414 mujeres cristianas que viven en el municipio de Villavicencio. De acuerdo a los

datos obtenidos en el DANE que determinan que la población no católica es el 11,5% de la población y de esta el 51% son mujeres.

6.1.2. Población

Tabla 1 Población de Villavicencio por edad y sexo 2015

	Total	Hombres	Mujeres
0-4	42.466	21.708	20.758
5-9	43.174	21.934	21.240
10-14	43.262	21.840	21.422
15-19	43.305	21.563	21.742
20-24	42.718	20.415	22.303
25-29	43.891	21.269	22.622
30-34	39.397	18.925	20.472
35-39	34.510	16.562	17.948
40-44	30.181	14.201	15.980
45-49	29.174	13.503	15.671
50-54	26.922	12.744	14.178
55-59	21.339	9.905	11.434
60-64	15.456	7.226	8.230
65-69	11.185	5.179	6.006
70-74	7.453	3.428	4.025
75-79	5.216	2.331	2.885
80 y más	4.822	2.304	2.518
Total	484.471	235.037	249.434

Como se evidencia en la tabla anterior de acuerdo a los datos obtenidos en el DANE, en Villavicencio la población femenina alcanza la cifra de 249.434 personas, de las cuales 87.139 mujeres se encuentran en el rango de edad de 15 a 34 años es decir el 35% del total.

Ahora bien teniendo en cuenta que en Villavicencio existen alrededor de 28.414 mujeres cristianas y que el rango de edad (15 a 35 años) al que nos dirigimos es el 35%, es decir 9.926 mujeres, adicional a esto por las características de nuestro producto el nivel socio-economico al cual nos dirigimos son 2, 3 y 4 es decir el 74.3% de la población, (DANE, 2016) tendríamos una reducción del mercado pasando a 7.345 mujeres. También debemos tener en cuenta otro factor fundamental para culminar con la segmentación de nuestro mercado y es que no todas las iglesias cristianas no católicas tienen reglas específicas para el vestuario de sus feligreses femeninas, tan solo el 65% de las iglesias tienen este tipo de normas específicas (Ministerio del Interior, 2015), reduciendo nuestro mercado a 4.474 personas.

6.1.3. Muestra

Se realizó una prueba piloto a 20 mujeres cristianas al azar habitantes de la ciudad de Villavicencio- Meta con el fin de saber su percepción frente a la creación de una empresa de diseño y confección de ropa para mujeres cristianas en esta ciudad. Dicha prueba dio como resultado:

El 70% de la población que hizo parte de la prueba piloto; es decir 14 mujeres cristianas están de acuerdo con la creación de una empresa de diseño y confección de ropa para mujeres cristianas.

Por su parte el 30% restante, es decir 6 mujeres cristianas, no les interesa la creación de una empresa de diseño y confección de ropa para mujeres cristianas.

Teniendo en consideración los resultados anteriores la investigación será realizada mediante el método aleatorio simple para obtener una muestra representativa cuya fórmula es:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + (N - 1) * e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.7 * 0.3 * 4474}{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 + (4474 - 1) * 0.05^2} = 302$$

E	N: Población Finita* = 4474 mujeres	E: Error Muestral 5%
l	cristianas.	Z: Nivel de confianza 1.96
mét	P: Probabilidad de éxito 70%	
odo	Q: No probabilidad 30%	
aleat		
orio		

simple da como resultado 302; lo que indica que se deben realizar alrededor de 302 encuestas a mujeres cristianas habitantes de la ciudad Villavicencio – Meta, para determinar el grado de aceptación de la idea de negocio.

7. Diagnostico competitivo

7.1. Diagnostico competitivo análisis del entorno según las 5 fuerzas de Michael Porter

7.1.1. Intensidad de la competencia.

Realizar un diagnóstico basado en la observación y comportamiento de la competencia permite determinar que tanto influye la competencia en la empresa, para luego desarrollar estrategias, basadas en hechos que minimizan el riesgo y optimizan la toma de decisiones; para ello se deben tener en cuenta ciertos criterios como:

Número de competidores: El poder de la competencia se evidencia esencialmente en el número de empresas dedicadas a la misma actividad económica, por lo tanto es considerado el primer factor de estudio; es así como el número de competidores directos e indirectos a los que se tendrá que hacer frente la idea de negocio acorde a ciertos criterios como la ubicación geográfica en un rango menor a 100mts sería de 20 establecimientos de venta ropa entre almacenes y pequeños establecimientos.

Homogeneidad de las empresas: Las semejanzas presentes en dichos almacenes es que alrededor del 15% producen sus prendas y la orientación del mercado es hacia ropa femenina a la cual también se dirige Sahian Diseños.

Especificidad de los activos: El 30% de los posibles competidores presenta unos activos mayores, puesto que cuenta con una infraestructura más amplia, varios puntos de venta a nivel nacional y sumado a esto cuenta con más tiempo en el mercado.

Condiciones cambiantes de la oferta y la demanda: La oferta de prendas de vestir para mujer y hombre es fluctuante según la temporada en la que se encuentre; es así como en Noviembre - Diciembre propiciado por el aumento de la demanda, se crean "establecimientos de temporada", que a lo largo del año se había dedicado a otra actividad mercantil o simplemente no existían y que al finalizar enero ya han cerrado sus puertas. Los primeros 3 meses del año son dedicados a las promociones de remate, puesto que se espera atraer nuevos clientes y de paso el cambio de colección, mientras que el resto de año exceptuando junio- julio, el comportamiento del cliente se reduce y su compra es esporádica.

Crecimiento lento de la industria: La industria del comercio dedicada a la producción o compra y venta de prendas de vestir, según lo observado ha venido creciendo; así como existen los almacenes legalmente constituidos se encuentran cientos de almacenes de garaje que evaden su obligación mercantil, y la venta de ropa se ha convertido en una muy buen opción para los emprendedores y empresarios.

Tabla 2 Intensidad de la competencia

Criterios	Calificación según el impacto				
	10	20	30	40	50
	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
Número de competidores/poder				X	
Homogeneidad de las empresas		X			
Especificidad de los activos		X			
Condiciones cambiantes de la oferta y la demanda				X	
Crecimiento lento de la industria			X		
Total					30

Interpretación: según el impacto que generaría la intensidad de la competencia en la idea de negocio de acuerdo a la ponderación, se ubicaría por encima de la media con un resultado de 30; lo que indica que aunque la competencia no sea directa puesto que no existe una empresa dedicada a la diseño y confección de prendas de vestir para mujeres cristianas- no católicas en Villavicencio, si se presentan otros almacenes a los que el mercado objetivo siempre se ha dirigido.

7.1.2. Productos sustitutos.

Los productos sustitutos son aquellos que realizan la misma función para el mismo grupo de consumidores, sin embargo se basan en una tecnología diferente y se convierten en una fuerte amenaza para cualquier empresa, y sobre todo si se logra un cambio radical en cuanto precio/calidad. Por ende es de suma importancia evaluar los siguientes criterios:

Limitación que pueden colocar en la fijación de precios en el sector: La limitación que saltaría a simple vista en cuanto a los productos sustitutos, serían las grandes cadenas de almacenes que elaboran su propia ropa y gracias a la producción en serie manejan menos costos y precios más bajos.

Atracción del comprador frente a la relación de precio/beneficio: La idea de negocio manejaría precios que se ajusten tanto al poder adquisitivo de los clientes como a la calidad de las prendas compradas; ubicándose en el precio que oscila en el mercado.

Posicionamiento de marca y nombre de marca en la mente del consumidor: Sahian Diseños por ser una empresa nueva en el mercado aún no cuenta con un reconocimiento en los

consumidores, para ello se implementarían estrategias que permitan penetrar en el mercado y la recordación de la misma como una empresa que brinda calidad y diseño acorde a sus necesidades.

Propensión del comprador a sustituir: La calidad de las prendas que se producirán en el almacén es alta, y la diferenciación en cuanto a la creación de la prenda acorde a los principios que estipulan la fe cristiana, hace que la probabilidad que el comprador prefiera sustituir el producto por otro baja.

Disponibilidad de sustitutos cercanos: La posibilidad de adquirir productos sustitutos es media, pues si bien se encuentran en su totalidad 20 establecimientos dedicados a la comercialización y venta de ropa en el sector (rango de 100mts), no existe ninguno especializado en ropa femenina para mujeres cristianas – no católicas, en sus inventarios cuentan con ropa que se ajustan a las especificaciones de las mujeres y ha sido donde siempre han comprado.

Tabla 3 Productos sustitutos

	Calificación según el impacto				
	10	20	30	40	50
Criterios	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
Limitación que pueden colocar en la fijación de precios en el sector.			X		
Atracción del comprador frente a la relación de precio/beneficio.		X			
Posicionamiento de marca y nombre de marca en la mente del consumidor.		X			

Propensión del comprador a sustituir.	X	
Disponibilidad de sustitutos cercanos.		X
Total		24

Interpretación: la matriz de productos sustitutos arroja una ponderación de 24 puntos, lo que determina que el diagnóstico del impacto que tendrá los sustitutos del producto va hacer bajo; puesto que si bien se consiguen productos parecidos, Sahian Diseños se diferencian de estos por su propuesta en valor.

7.1.3. Entrada de nuevas empresas.

De acuerdo con la investigación que se ha realizado en los diferentes sectores de la ciudad en donde se ubican negocios relacionados con la venta de ropa para mujeres, se muestra un alto favoritismo en relación a la competitividad; la creación y formalización de nuevas empresas ha venido aumentando en toda la ciudad. Por ser un área geográfica de gran magnitud, este estudio a nivel organizacional en relación a las consecuencias que pueden generar la formación de estas nuevas empresas se hará en el sector en donde se piensa ubicar la boutique, es decir en todo el sector de cielos abiertos; la llegada de nuevas empresas conocedoras del mercado con un nivel de innovación alto, va a ser perjudicial para las empresas ya establecidas, y generar una serie de pautas que se deberán tener en cuenta de tal manera que no afecten el desarrollo económico de la idea de negocio.

Haciendo un análisis detallado de cada uno de los criterios que se encontraron con el desarrollo de la investigación pudimos encontrar:

Precios relativamente bajos: Representan un impacto medio puesto que se establecen precios muy parecidos a los de las demás empresas.

Productos de mejor calidad: La calidad y el diseño de modelos acorde a los principios que estipulan la fe cristiana es de suma importancia para Sahian Diseños, por lo cual se ofrecería uno de los mejores productos del sector, lo cual hace que la nueva competencia con sus nuevos productos genere un impacto bajo que no se verá reflejado en la preferencia de los clientes.

Expectativas por parte de los clientes al ser un nuevo negocio: Al generarse nuevas incorporaciones de empresas al mercado se generan una serie de expectativas de cómo es el negocio, lo cual hace que se genere un impacto relativamente medio ya que por la curiosidad de los clientes hace que entren a estos nuevos negocios a mirar la variedad de productos que ofrecen.

Atención personalizada por parte de los vendedores: La atención personalizada no genera un gran impacto ya que se debe contar con el personal mejor capacitado para así fomentar una buena atención a los clientes.

Diferenciación de productos: Esta pauta es la que ocasiona mayor impacto en el estudio que se ha venido realizado ya que por ser nuevos negocios se genera una variedad en los productos que ofrecen.

Tabla 4. *Entrada de nuevas empresas*

	Calificación según el impacto				
	10	20	30	40	50
Criterios	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
Precios relativamente bajos.			X		
Productos de mejor calidad.		X			
Expectativas por parte de los clientes al ser un nuevo negocio.				X	
Atención personalizada por parte de los vendedores.		X			
Diferenciación de productos.				X	
Total					30

Interpretación: la matriz que estudia la entrada de nuevas empresas al mercado arroja una ponderación de 30 puntos, lo que indica que el diagnóstico del impacto de estas sobre el mercado se encontraría por encima de la media, es decir el impacto es considerable y se debe tener en cuenta para el sostenimiento y crecimiento de Sahian Diseños.

7.1.4. Poder del comprador.

En este apartado se presentan los criterios para determinar que tanto poder tiene el comprador sobre las empresas, puesto que acuerdo a la información y organización del cliente puede ejercer presión sobre la calidad, precio y servicio que recibe.

Volumen comprador: La cantidad de prendas que compran en los almacenes son para su propio consumo por ende el volumen de compra no supera las 8 prendas por persona en una compra.

Costos o facilidades del cliente de cambiar empresa: Al existir una gran variedad de productos en una misma zona y sin gran variación de precios hace que los clientes puedan cambiar fácilmente de establecimiento.

Disponibilidad de información para el comprador: Cerca del 70% de los almacenes y establecimientos pequeños no utilizan el internet como medio para dar a conocer información acerca de sus productos. Utilizan otros medios como volantes y publicidad radial cuando realizan descuentos. Sahian Diseños cuenta con página en Facebook, twitter, correo electrónico y la creación de un app.

Capacidad de integrarse hacia atrás: En referencia a este ítem cierta parte de los compradores tienen familiares que cosen o ellos saben de confección. Sin embargo por sus ocupaciones no cuentan con el tiempo suficiente para que elaboren las prendas y por ello prefieren comprarlas.

Ventaja diferenciada: Existe gran surtido de prendas, y variedades en cuanto a color, tallas entre otras sin embargo todos manejan un mismo patrón de acuerdo a la moda, y es allí donde Sahian Diseños marca la diferencia ya que maneja las tendencias y la moda pero acorde a los criterios cristianos.

Tabla 5. *Poder del comprador*

	Calificación según el impacto				
	10	20	30	40	50
Criterios	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
Volumen comprador		X			
Costos o facilidades del cliente de cambiar empresa			X		
Disponibilidad de información para el comprador		X			
Capacidad de integrarse hacia atrás			X		
Ventaja diferenciada		X			
Total					24

Interpretación: la ponderación dada es 24, dos puntos por debajo de la media, con lo que se determina que el impacto de los compradores en el negocio es bajo. Es decir que si bien influye un poco en el negocio, las empresas ofertan lo que tienen y los clientes se acoplan a esto.

7.1.5. Poder de los proveedores.

Los proveedores son parte fundamental en toda empresa pues al ser estos quienes suministran la materia prima necesaria para realizar los productos, influyen directamente en el volumen de productos y en el cumplimiento con el cliente.

Concentración de proveedores: Determinar si la provisión de la mercancía la realizan muchas o pocas empresas es de vital importancia; en Villavicencio los últimos años ha venido aumentando la apertura de locales comerciales dedicados a la venta de telas, por ende para Sahian Diseños la concentración de proveedores tiene muy bajo impacto ya que no se dependería de uno solo

Costos de cambio: Los altos costos de cambiar de proveedores da un relativo poder a los proveedores; en Villavicencio al existir tantos proveedores, con un mismo nivel de precios y ubicados en una misma zona, conlleva a que la variación en costos de cambio sea menor.

Número de productos sustitutos disponibles en el mercado: El poder de los proveedores siguen disminuyendo ya que existen otros locales que brindan opciones similares tanto en precio como calidad; es decir que el impacto es muy bajo para Sahian Diseños.

Productos de calidad inferior: De acuerdo a los estándares de calidad que establece Sahian Diseños se escoge al proveedor y si este no cumple con lo requerido se sustituye por otro.

Facilidad de sustitución: La facilidad de sustitución de los proveedores es un criterio que tiene gran impacto positivo en el negocio, debido a que existe variedad de proveedores y no hay dependencia de ninguno.

Tabla 6. *Poder del proveedor*

Criterios	Calificación según el impacto				
	10	20	30	40	50
	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
Concentración de proveedores	X				
Costos de cambio		X			
Número de productos sustitutos disponibles en el mercado		X			
Productos de calidad inferior		X			
Facilidad de sustitución				X	
Total					22

Interpretación: el resultado de la matriz del poder del proveedor es igual a 22 y de acuerdo a los criterios de evaluación es un resultado bajo, lo que indica que el impacto en el negocio es poco ya que los proveedores presentan poco poder.

Tabla 7. *Matriz de calificación de fuerzas*

	Calificación según el impacto				
	10	20	30	40	50
Factores asociados a cada fuerza	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
Intensidad de la competencia			X		
Productos sustitutos		X			
Entrada de nuevas empresas			X		
Poder de negociación del comprador		X			
Poder de negociación de proveedor		X			
Total					24

Interpretación: la matriz de calificación de fuerzas de porter arroja una ponderación de 24 es decir que las fuerzas de porter inciden medianamente en la elaboración del proyecto y por lo tanto se deben tomar en cuenta para el buen desarrollo del mismo.

8. Estudio de Mercados

8.1. Investigación de mercados

De acuerdo a lo explicado en la metodología de la investigación, la recolección de los datos se obtuvo mediante un trabajo de campo; ya que permite un contacto directo con la comunidad y que da como resultado la recopilación de datos de fuentes primarias al obtenerse directamente sobre el objeto de estudio, en este caso las mujeres cristianas.

La técnica implementada para recopilar los datos fue un cuestionario tipo respuesta directa y pre-codificado, donde la población objeto de estudio podía responder marcando con una X la respuesta preestablecidas. La encuesta se conformó con 16 preguntas las 3 primeras fueron de carácter demográfico, que fueron nombre, edad y celular y las 13 restantes fueron de categoría cerrada y de escala.

Para cumplir con los principios de validez y fiabilidad, se realizó una prueba piloto con 20 mujeres cristianas escogidas al azar y de acuerdo a las reacciones con el cuestionario se modificó para lograr un mejor entendimiento del mismo y la obtención de datos más precisos de acuerdo a la información que queremos analizar.

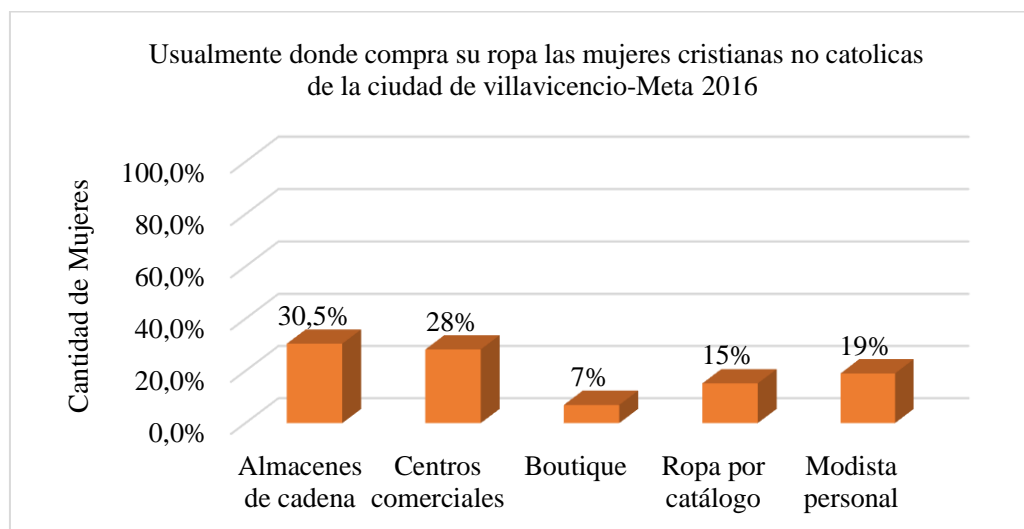
La participación de las emprendedoras en dicho proceso permitió observar las reacciones de las mujeres cristianas y dialogar sobre ciertos puntos que son para ellas importantes como se mencionaron en el apartado anterior correspondiente al análisis del cuestionario.

8.1.1. Análisis de datos.

En este apartado se analizan las repuestas en cada una de las preguntas realizadas y se emiten unas conclusiones acerca de las mismas.

1. Usualmente ¿usted dónde compra la ropa?

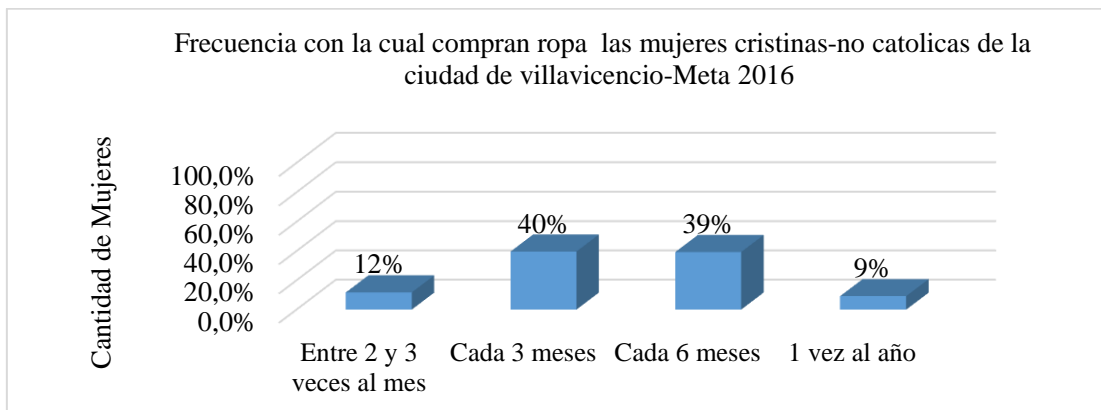
Figura 1 Lugares de compra



Según el estudio de mercado realizado las mujeres cristianas prefieren comprar su ropa en almacenes y centros comerciales, con un 31% y 28% respectivamente, los lugares donde menos acostumbran a comprar su ropa es en las boutiques, por lo cual se deberá tener en cuenta estas preferencias para escoger el lugar en el cual se ubicara la empresa y se comercializaran los productos.

2. ¿Con que frecuencia compra usted ropa?

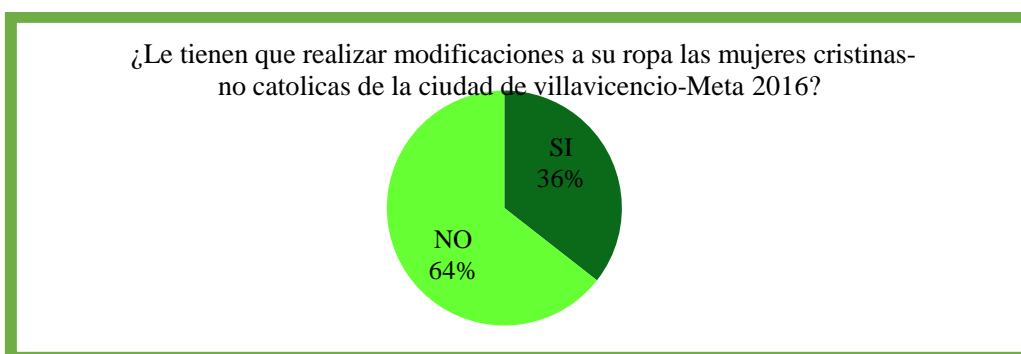
figura 2 Frecuencia de compra



Las mujeres cristianas de la ciudad de Villavicencio-Meta, suelen comprar ropa frecuentemente siendo cada 3 meses con un 40% y cada 6 meses con 39% los periodos de tiempo más comunes, por el contrario las frecuencias que se encuentran en los extremos como lo son 2 o 3 veces al mes y una vez cada año ocupan apenas el 21% entre las dos. Este factor nos ayuda a determinar la frecuencia con la cual nuestro mercado objetivo adquirirá nuestros productos.

3. A la ropa que usted adquiere ¿le tiene que realizar ciertas modificaciones?

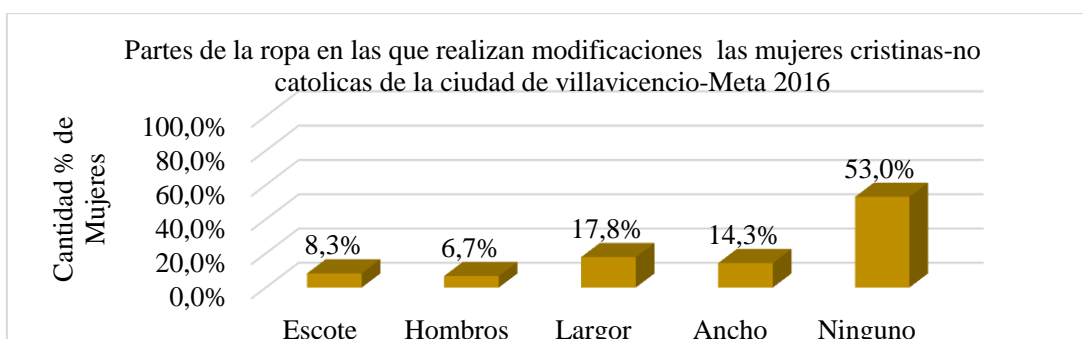
figura 3 Modificaciones en la ropa



El 36% de las mujeres cristianas de la ciudad de Villavicencio manifiestan tener la necesidad de hacer modificaciones a sus prendas, el 64% restante que no hacen modificaciones a su ropa si manifiestan que deben comprar prendas adicionales como saquillos, hombreras entre otras, para así conservar sus tradiciones religiosas.

4. ¿En qué parte de la prenda le realiza modificaciones?

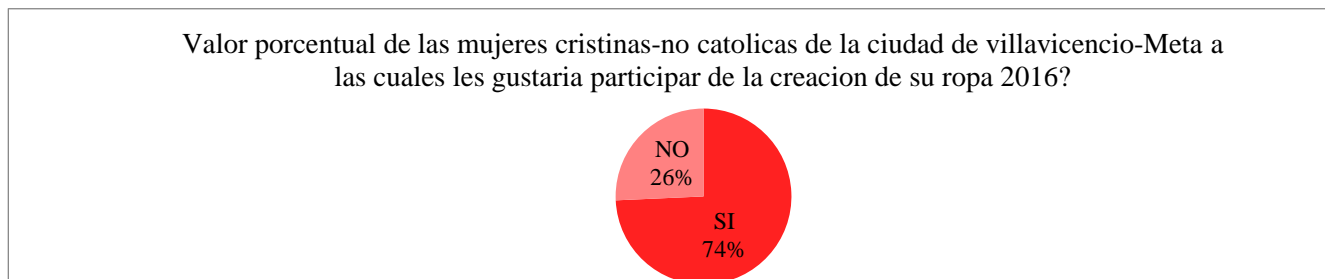
Figura 4 Partes en las que se realizan modificaciones



El 47% de las mujeres cristianas de religiones no católicas de la ciudad de Villavicencio realizan modificaciones en sus prendas ya sea en el escote, en los hombros, en el ancho de la prenda o en el largo de las mismas, todo con el fin de sentirse más cómodas cumpliendo a sus creencias religiosas.

5. ¿Le gustaría participar en la creación de sus prendas de vestir?

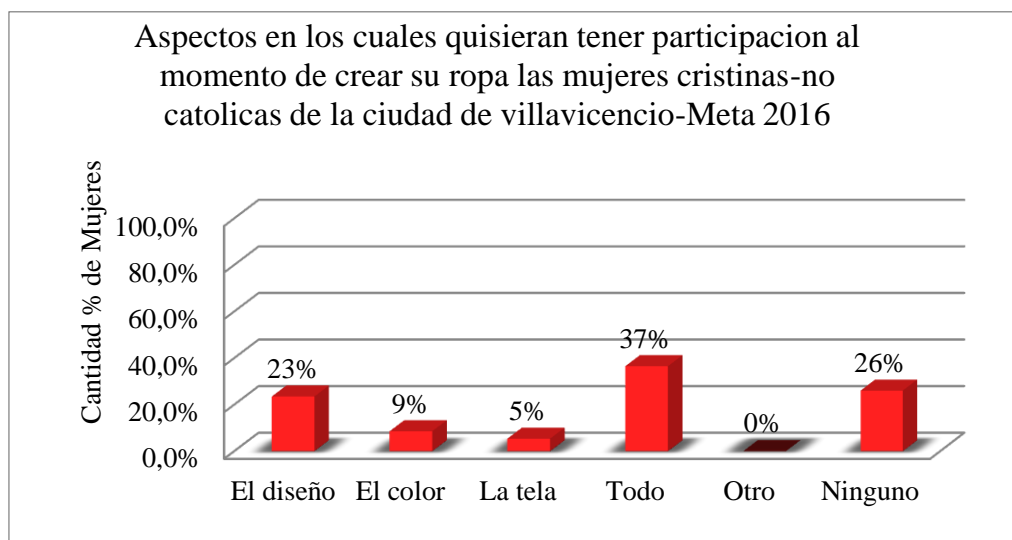
figura 5 Participación en la creación de prendas



Es de bastante interés de las mujeres cristianas no católicas de la ciudad de Villavicencio participar en la creación de sus prendas, esto se ve reflejado en el estudio de mercados realizado donde el 74% de la población manifiesta su deseo de participar de manera activa en la elaboración de su vestuario. Lo que representa una alta población con la cual se puede generar un valor agregado para el producto satisfaciendo la demanda que exige novedad y autenticidad en sus productos.

6. La participación le gustaría tenerla en cuál de los siguientes aspectos:

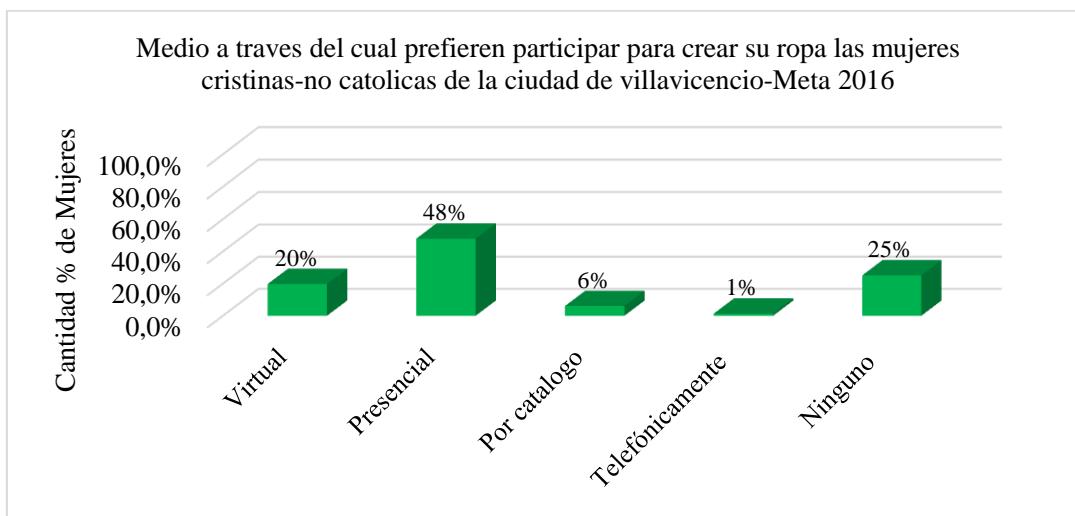
figura 6 Aspectos en los que prefieren participar



Las mujeres cristianas que desean participar de la creación de su vestuario quieren hacerlo en diferentes aspectos, siendo el diseño con un 23% especialmente en lo que más quieren participar, aunque un 36% dicen querer participar tanto del diseño, como del color y el tipo de tela a utilizar para la elaboración de cada una de sus prendas.

7. ¿De qué forma preferiría participar en la creación de la prenda?

figura 7 Medio a través del cual participarían

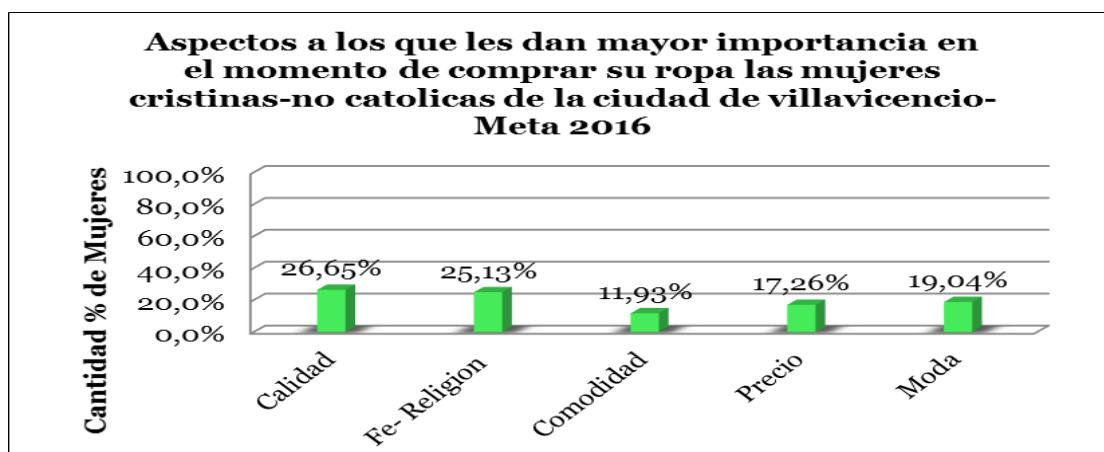


La grafica anterior muestra que el 75% de las mujeres cristianas- no católicas de Villavicencio- Meta prefieren participar en la creación de sus prendas de vestir, de la siguiente manera: El 48% es decir 151 mujeres determinan que prefieren participar presencialmente en la creación de sus prendas. Participar de manera virtual con un 20% es la segunda opción que consideran las mujeres cristianas no católicas al momento de participar en la creación de sus prendas. El 6% preferiría ver un catálogo y armar sus prendas, por su parte, el 1% participarían

en la creación de sus prendas por vía telefónica. Por último el 25% restante indican que no le interesa participar en la creación de sus prendas.

8. En una escala de 1 a 5, siendo 1 indiferente y 5 sumamente importante. Califique el grado de importancia de las siguientes opciones a la hora de realizar sus compras.

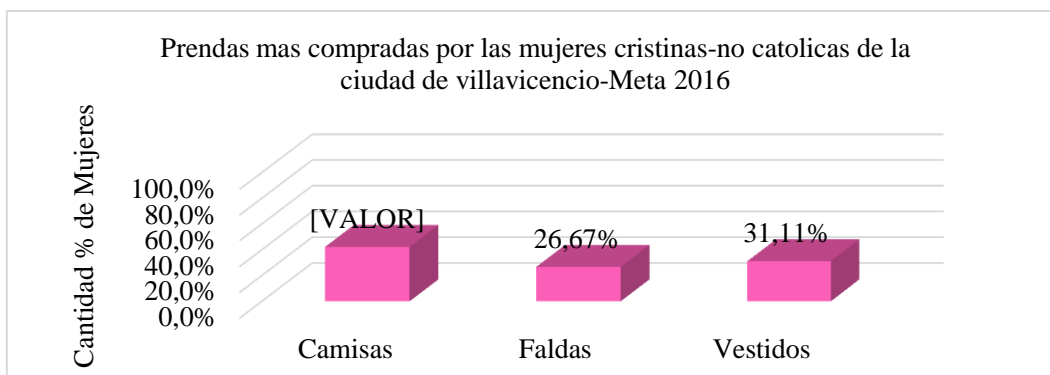
figura 8 Aspectos de mayor importancia



La gráfica anterior indica que el 26% de las mujeres encuestadas determinan que la calidad es el aspecto más relevante a la hora de comprar sus prendas de vestir, pero que a su vez estas deben estar acorde a los principios que estipulan su fe con un 25%. El tercer aspecto con mayor importancia es la moda con un 19% y por último la comodidad de la prenda con un 11%. La lectura que se le hace a la gráfica es que las mujeres cristianas buscan prendas con calidad, a la moda y que estén acorde a los principios que estipulan su fe, desde que cumpla con estos tres aspectos, el precio y la comodidad están en un segundo plano.

9. ¿Cuál de las siguientes prendas es la que compra más?

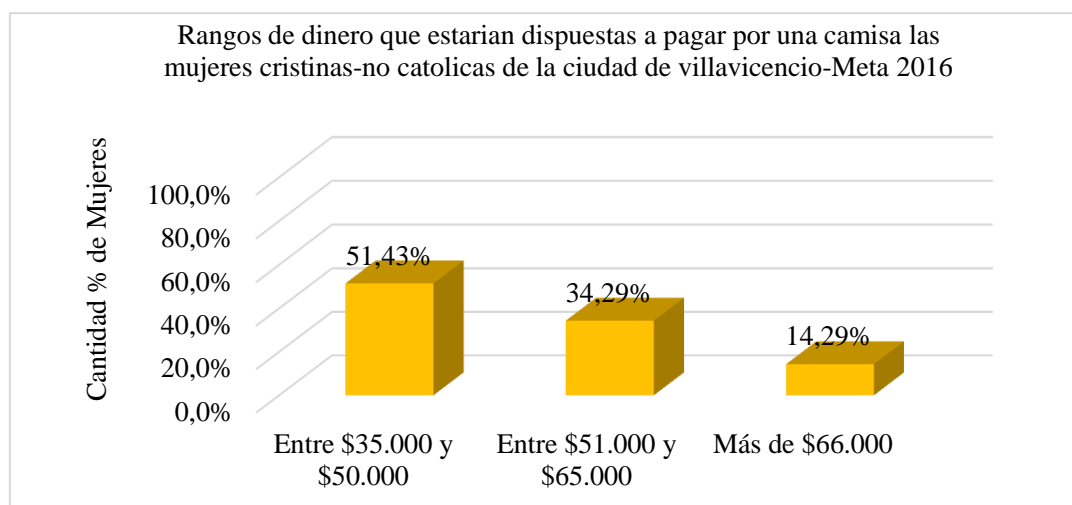
figura 9 Prendas más compradas



Los datos obtenidos indican que la prenda más comprada por las mujeres cristianas – no católicas de Villavicencio- Meta, con un 42% son las camisas, seguidas de los vestidos con un 31% y por ultimo las faldas con un 26,67%.

10. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta a pagar por una camisa diseñada especialmente para usted?

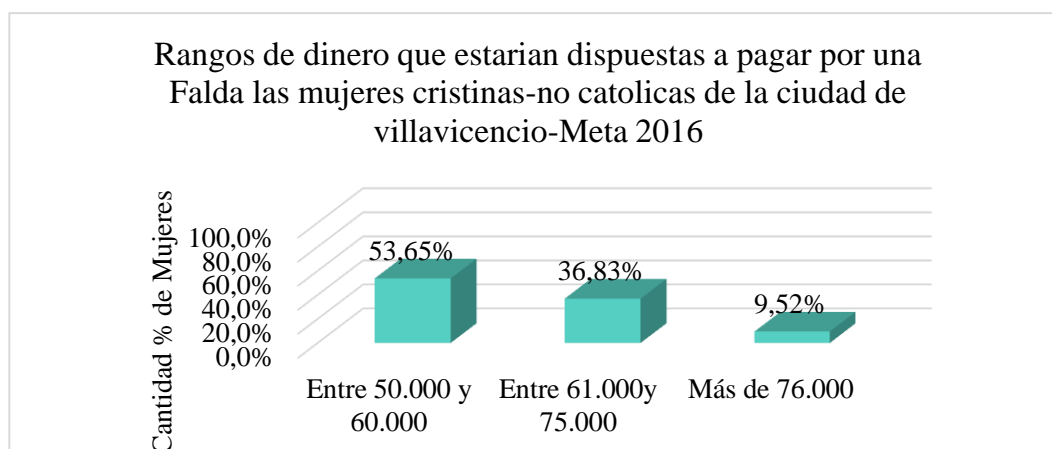
Figura 10 Pagos por camisa



La grafica anterior muestra que la mitad de la población encuestada, es decir 133 mujeres estarían dispuestas a pagar un rango de dinero entre \$35.000 y \$50.000 pesos por una camisa diseñada para ellas. Sin embargo el 50% restante está dividido así: El 34,29% de las mujeres cristianas –no católicas pagarían entre %51.000 y \$65.000 pesos. Tan solo el 14.29% pagaría más de \$66.000 pesos por una camisa diseñada para ellas.

11. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta a pagar por una falda diseñada especialmente para usted?

figura 11 Pagos por falda

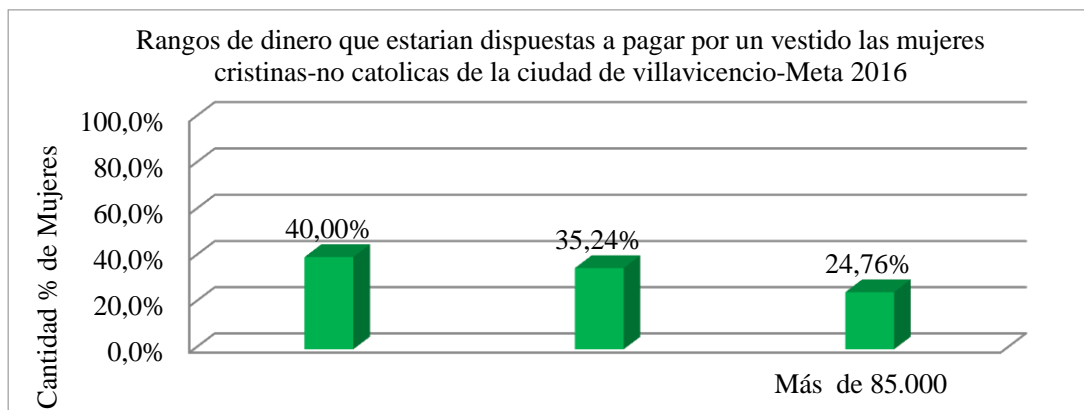


El rango de dinero que estarían dispuestas a pagar el 53% de las mujeres cristianas –no católicas por una falda diseñada especialmente para ellas es de \$50.000 y \$60.000 pesos. Por su

parte existe otra cifra importante del 36.83% que pagarían entre \$61.000 y \$75.000 pesos, y un restante del 9,25% darían más de \$76.000 pesos por una falda diseñada para ellas.

12. ¿Cuánto dinero estaría dispuesta a pagar por un vestido diseñado especialmente para usted?

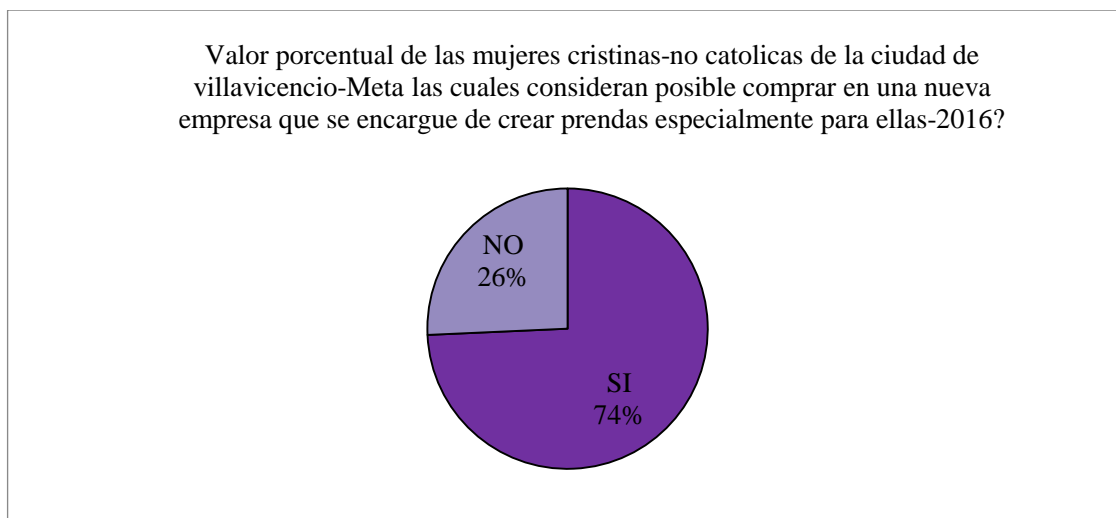
Figura 12 Pagos por vestidos



En cuanto a la respuesta a la pregunta de cuánto estaría dispuesta a pagar por un vestido, las mujeres cristianas – no católicas de Villavicencio –Meta, indicaron con un 40% que pagarían entre \$60.000 y \$70.000 pesos, seguido de 35.24% que estarían dispuestas a pagar entre \$71.000 y \$85.000 pesos y por último con un 24.76% las mujeres pagarían más de 85.000 pesos

13. Si ingresa al mercado una empresa de diseño y confección de ropa para mujeres cristianas, ¿Usted compraría las prendas de dicha empresa?

figura 13 Valor porcentual del compra



Sahian Diseños contaría con una muy buena aceptación en el mercado, ya que de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta el 74% de las mujeres cristianas- no católicas comprarían sus prendas en la micro empresa, mientras que el 26% restante no lo haría.

8.1.2. Conclusiones de las gráficas.

a. El 59% de las mujeres cristianas de religiones no católicas de la ciudad de Villavicencio, compran su vestuario en lugares reconocidos de la ciudad como lo es el centro y sus almacenes, o en los centros comerciales, además de comprar en estos sitios el 79% de la población estudiada compran en promedio entre cada 3 y cada 6 meses, lo que es una alta frecuencia de compra en prendas de vestir.

b. De las prendas que compran solo el 36% manifiesta tener que hacerle modificaciones a su ropa, ya que regularmente prefieren comprar prendas adicionales como saquillos, para cubrir sus hombros y pecho. Cabe resaltar que el 74% mostro bastante interés en participar de la elaboración de cada una sus prendas de vestir, aportando ideas en el diseño, sugiriendo colores, tipos de tela, y por supuesto que se ajusten a las medidas de su cuerpo.

c. En cuanto a la manera de participar en la creación de sus prendas se puede determinar que las mujeres cristianas prefieren estar presentes; puesto que les permite estar en contacto directo con los materiales e insumos utilizados en la creación de la prenda.

d. Según el análisis anterior las prendas más demandadas por las mujeres cristianas – no católicas son las camisas y vestidos con una frecuencia de compra entre 3 y 6 meses.

e. Los precios que deberá establecer para sus prendas Sahian Diseños de acuerdo a la percepción de las mujeres cristianas- no católicas de Villavicencio-Meta oscilan entre \$35.000 a \$ 70.000 según la prenda. Sin embargo estos precios pueden variar conforme a parámetros tales como la calidad y que las prendas estén de acuerdo a los principios que estipulan la fe.

f. Debido a la interacción con las mujeres durante el proceso de encuesta, se da a conocer que las iglesias más ortodoxas han venido flexibilizando su reglamento en cuanto a vestuario y ahora aceptan en cierta medida el uso del pantalón en determinadas circunstancias. Para ello se ofertara la falda pantalón como estrategia

8.2.Análisis de la demanda

8.2.1. Mercado objetivo

El área del mercado al que se dirige Sahian Diseños de acuerdo con los resultados obtenidos son todas las mujeres cristianas- no católicas de Villavicencio – Meta, en un rango de edad de 15 a 35 años.

8.2.2. Justificación del mercado objetivo

Del análisis y conclusiones resultantes de la encuesta aplicada, se ratifica la necesidad insatisfecha de las mujeres cristianas –no católicas en un rango de edad de 15 a 35 años de verse bellas y modernas de acuerdo a las doctrinas que establecen sus entidades religiosas.

Es por tanto que las opciones más importantes para estas a la hora de comprar es: la calidad, que la prenda este de acuerdo a los principios que estipulen su fe, la comodidad, la moda y por último el precio; si bien la moda ocupa un cuarto lugar esto se debe a que ellas han interiorizado que la moda no va con los principios que estipulan su fe, sin embargo en hechos como el de escoger la tela para confeccionar sus prendas de cierto color, grabado o textura de acuerdo a lo que se está usando, refleja que para ellas es importante no quedarse atrás de lo que se está imponiendo.

Dicho comportamiento se observa en las mujeres de 15 a 35 años; que por su juventud, trabajo o gusto prefieren prendas frescas, a la vanguardia de la moda pero que estén de acuerdo a sus principios; y es esa necesidad insatisfecha a la que Sahian Diseños le quiere suplir.

8.2.3. Estimación del mercado potencial

Sahian Diseños le apuesta a captar las cerca de 4474 mujeres cristianas - no católicas de un rango de edad entre 15 a 35 años, pertenecientes a los estratos 2, 3, y 4 habitantes del municipio de Villavicencio; de acuerdo a las proyecciones realizadas por el DANE.

8.2.4. Estimación del segmento

Se implementaron variables de segmentación demográficas, tales como:

Sexo: los productos de Sahian Diseños van orientados a mujeres.

Religión: mujeres cristianas – no católicas. Sin embargo esto no quiere decir que no se venda las prendas a mujeres católicas.

Edad: mujeres cristianas- no católicas entre 15 a 35 años; como bien se explicó en la justificación del mercado objetivo, se escogió este rango de edad porque son estas las mujeres que demandan ropa que este tanto a la moda como a los principios que estipulan su fe.

Lugar: que estén ubicadas en la ciudad de Villavicencio pues es el lugar donde Sahian Diseños se ubicara.

8.2.5. Perfil del Consumidor y/o del cliente

Mujeres cristianas – No católicas que quieran sentirse bellas y a la moda con prendas que están de acuerdo a lo establecido por sus principios de fe y los que sigue.

8.2.6. Consumo probable

De acuerdo al estudio de mercado realizado en el sector y según los resultados obtenidos podemos decir que el consumo probable estará enfocado hacia las camisas y vestidos, las cuales son las prendas con mayor demanda por este segmento del mercado con una frecuencia de compra entre 3 y 6 meses.

8.2.7. Tipos de demanda

Según Oportunidad: Sahian Diseños tiene una “Demanda insatisfecha” ya que las mujeres cristianas no encuentran un lugar donde comprar ropa a la moda; es decir prendas que estén a la vanguardia de las tendencias en colores, texturas e incluso patrones, siempre y cuando se ajusten a sus principios de fe, por lo cual nuestra boutique viene a suplir esta necesidad.

Además de lo anterior, esta boutique buscara cubrir incluso la demanda ya satisfecha con el fin de lograr clientes fieles, y leales, que tomen a Sahian Diseños siempre como la primera opción.

Según la necesidad: Sahian Diseños tendrá una demanda denominada de bienes no necesarios o de gustos, ya que no comercializamos bienes de primera necesidad.

Según la temporalidad: La demanda de Sahian Diseños en cuanto a este tipo es una demanda continua, ya que debido al crecimiento poblacional la demanda ocurrirá durante todo año, no dependemos exclusivamente de temporadas específicas buscaremos siempre un crecimiento constante.

Según su destino: La demanda de nuestra boutique según su destino es de bienes finales, ya que serán bienes que adquirirá el consumidor para su uso o aprovechamiento directo e inmediato

8.3.Análisis de la Oferta.

8.3.1. Identificación de los competidores potenciales.

La siguiente tabla muestra los posibles competidores; sin embargo para Sahian Diseños son competidores indirectos puesto que ofertan ropa para mujeres pero no para mujeres cristianas – no católicas.

Tabla 8. *Empresas comercializadoras de ropa*

Nombre de la empresa	Dirección
Riss	Calle principal
Miss me	Calle principal
Muak	Calle principal
Surtitodo	Cielos abiertos
Forever 21	Calle principal
Ela	Calle principal
Mercantil	Cielos abiertos
Ragget	Calle principal

Tierra santa	Cielos abiertos
Surtimoda	Cielos abiertos
Dubái moda	Cielos abiertos
Gran universo	Cielos abiertos
Baratodo Medellín	Cielos abiertos
Súper Sia	Cielos abiertos
Los Pijaos	Cielos abiertos
Moda stylo	Cielos abiertos
Ibis	Centauros
Código	Cielos abiertos
Almacenes diegos	Cielos abiertos

Existen en el sector de cielos abiertos, calle principal y los centauros alrededor de 20 establecimientos dedicados a la comercialización de ropa para mujeres cristianas de los cuales Ragget y Ela son productores directos, otros compran mercancía nacional como lo son el surtitodo, surtimoda, baratodo medellin, los pijaos, moda stylo, código, mercantil, gran universo, por su parte almacenes como Riss, Miss me, Muak, Ibis, Dubai Moda, Tierra Santa compran ropa tanto nacional como importada.

8.3.2. Análisis de precios.

Tabla 9. *Análisis de precios competidores indirectos*

Nombre de la empresa	Promedio precio camisas	Promedio precio faldas	Promedio Precio vestidos
Riss	\$62.000	\$75.300	\$94.846
Miss me	\$62.000	\$75.300	\$94.846
Muak	\$62.000	\$75.300	\$94.846
Surtitodo	\$47.429	\$52.500	\$61.143
Forever 21	\$62.000	\$75.300	\$94.846
Ela	\$62.000	\$75.300	\$94.846
Mercantil	\$47.429	\$52.500	\$61.143
Ragget	\$62.000	\$75.300	\$94.846
Tierra Santa	\$28.500	\$34.778	\$47.500
Surtimoda	\$47.429	\$52.500	\$61.143
Dubái Moda	\$28.500	\$34.778	\$47.500
Gran Universo	\$47.429	\$52.500	\$61.143
Baratodo Medellín	\$47.429	\$52.500	\$61.143
Súper Sia	\$28.500	\$34.778	\$47.500
Los Pijaos	\$62.000	\$75.300	\$94.846
Moda stylo	\$28.500	\$52.500	\$47.500

Ibis	\$62.000	\$75.300	\$94.846
Código	\$47.429	\$52.500	\$61.143
Centro comercial	\$47.429	\$52.500	\$61.143

Como se mencionó, almacenes como Dubái Moda y Tierra Santa son los mayores importadores de mercancía, lo que hace que los precios sean más económicos variando entre \$5.000 pesos a \$ 20.000 pesos por prenda con referencia a otros.

Almacenes a nivel nacional como Riss, Forever XXI, Ela y Ragget, pues al tener un musculo financiero mayor y al ser reconocidos en el público como almacenes con buenas prendas y de cierto prestigio, tienen un nivel de precios superior como se pudo observar una camisa puede costar \$62.000 pesos, una falda \$75.300 pesos y un vestido \$94.846 pesos.

Por ultimo encontramos almacenes como Surtitodo, Supermoda, Baratodo Medellín, son almacenes que incursionaron con precios bajos al mercado y poco a poco fueron incrementando el valor. Sin embargo en estos almacenes se pueden encontrar prendas que se ajustan al poder adquisitivo de una clase media, es decir se pueden encontrar prendas tanto de \$25.000 como de \$75.000 pesos.

Sahian Diseños por ser productor maneja unos costos más bajos, lo que le permite ajustar el precio a los del mercado, y acorde a la encuesta realizada maneja precios en camisas que oscilen entre \$35.000 y \$50.000, Faldas entre \$50.000 y \$60.000 pesos y vestidos con precios entre \$60.000 y \$70.000.

8.3.3. *Imagen de la competencia ante los clientes*

Almacenes como Ela, y Ragget son reconocidos como almacenes que tienen prendas elegantes, a la moda y de calidad pero con un nivel de precios elevados. Por su parte Riss, Forever XXI, Miss me, muak e ibis al parecer manejan los mismos proveedores y por ende manejan los mismos diseños e igualdad en precios.

Ahora bien, almacenes como Surtitodo, Surti Moda, Baratodo Medellín, Súper Sia; se pueden encontrar ropa a la moda, duraderas e inclusive de calidad con precios más asequibles. Sin embargo almacenes como Dubái moda y Tierra Santa se consiguen prendas muy económicas pero de muy baja calidad en su gran mayoría.

Sahian Diseños quiere dejar en la mente del consumidor como una marca que permite que las mujeres cristianas – no católicas versen bellas a la moda y acorde a los principios que estipulan su fe, con prendas de calidad y diseño a un precio asequible.

8.3.4. *Listado de proveedores y localización.*

Tabla 10. *Lista de proveedores*

Nombre	Producto	Dirección
Lafayette	Tela	Cr. 31 no. 39-27 centro
Kilotelas	Tela	Cr 29 38-30 Centro

Texlaura	Tela	Cr30 38 A-16 Lt 5 Centro
Textiles Los Paisas	Tela	Cielos abiertos
Moda Hg	Tela	Cielos abiertos
Tu Tela	Tela	Cielos abiertos
Llanotex	Tela	Cielos abiertos
Outlet Textil	Tela	Calle de las floristerías
Textiles	Tela	Calle de las floristerías
Fortex	Tela	Cielos abiertos
Tropillano	Tela	Calle principal centro
Almacén Y Distribuidora Solo Adornos	Hilos, hilazas, botones, cremalleras, bobinas, corta hilos, tizas, agujas.	Cr30 38-24 Centro Villavicencio
Cosmo Adornos	Hilos, hilazas, botones, cremalleras, bobinas, corta hilos, tizas, agujas.	Cr 30A 39 06 Centro
La Casa De Los Ensamblados Y Adornos	Hilos, hilazas, botones, cremalleras, bobinas, corta hilos, tizas, agujas.	Calle 39 N° 30A - 53 Centro

En Villavicencio existen alrededor de 15 almacenes y locales dedicados a la compra y venta de telas e insumos textiles y durante los últimos años se ha venido incrementando en la apertura de estos almacenes. Por lo tanto Sahian Diseños tiene gran variedad de materia prima para la elaboración de las prendas y todos ubicados en un mismo sector el cual es el centro de Villavicencio – Meta.

8.4.Estrategias de mercados

8.4.1. Concepto del producto o servicio.

La ropa es catalogada en el consumo directo ya que satisface la necesidad indispensable de vestir, sin embargo obedece a un proceso de compra puesto que el comprador tiene que evaluar ciertos aspectos para decidir cuál es el producto que se ajuste a sus necesidades y le genere un mayor valor. Sahian Diseños ofrece prendas de vestir para mujeres cristianas – no católicas, estas prendas son dirigidas a un sector del mercado creciente donde se determinan ciertos parámetros tales como largo y escotes en las prendas.

El diseño que llevarán las prendas de vestir para este segmento del mercado se basa en prendas hechas con materiales que estén a la moda, con diversas propuestas en mangas, escotes, colores y cortes en vestidos, faldas y blusas, con lo cual se busca tener variedad en prendas para que las mujeres pertenecientes a dichas iglesias tengan opciones en su vestuario. Las prendas deben tener determinadas especificaciones tales como: escotes no profundos y largor de faldas y vestidos.

Marca.

El logo de Sahian Diseños (revisar anexo 1.), es de carácter nominativo puesto que está conformado por letras de color blanco, el fondo del logo es morado con un destello de luz y seis (6) Ichtus de colores.

De acuerdo a la guía del color en marketing y branding el color morado significa: elegancia, estilo, vanidad, romanticismo, fantasía, misticismo, melancolía, realeza, profundidad,

decadencia, religión y nostalgia. Por lo tanto es un color apropiado para lo que Sahian Diseño quiere comunicar en sus consumidoras esencialmente: Estilo, Elegancia, y religión.

Los ictus es un símbolo representativo de los cristianos, esta palabra proviene de la palabra griega “ikh- thoos” que significa pez y dicho símbolo representa las palabras: “*Jesucristo, Hijo de Dios Salvador*”.

El nombre de la empresa es de Sahian Diseños; la palabra Sahian es de origen Indio, que significa “*el que se ve bien, guapo o como variante del sajan el bien querido*”.

Slogan

El slogan es *Para que te vistas como Dios manda*, esta combinación de palabras permite llegar a la población puesto que pueden sentirse bellas, a la moda y cómodas, y esencialmente acorde a los paramentos que estipulan la fe de las mujeres cristianas y de otras religiones.

Empaque.

El empaque de los productos de Sahian Diseños (revisar anexo 2), es una bolsa realizada con tela cambrel material reciclable de color morado y con el logo de la empresa estampado en el centro de la misma.

8.4.2. Estrategias de distribución.

Sahian Diseños, al ser una empresa de diseño y confección de ropa presentara el siguiente canal de distribución:

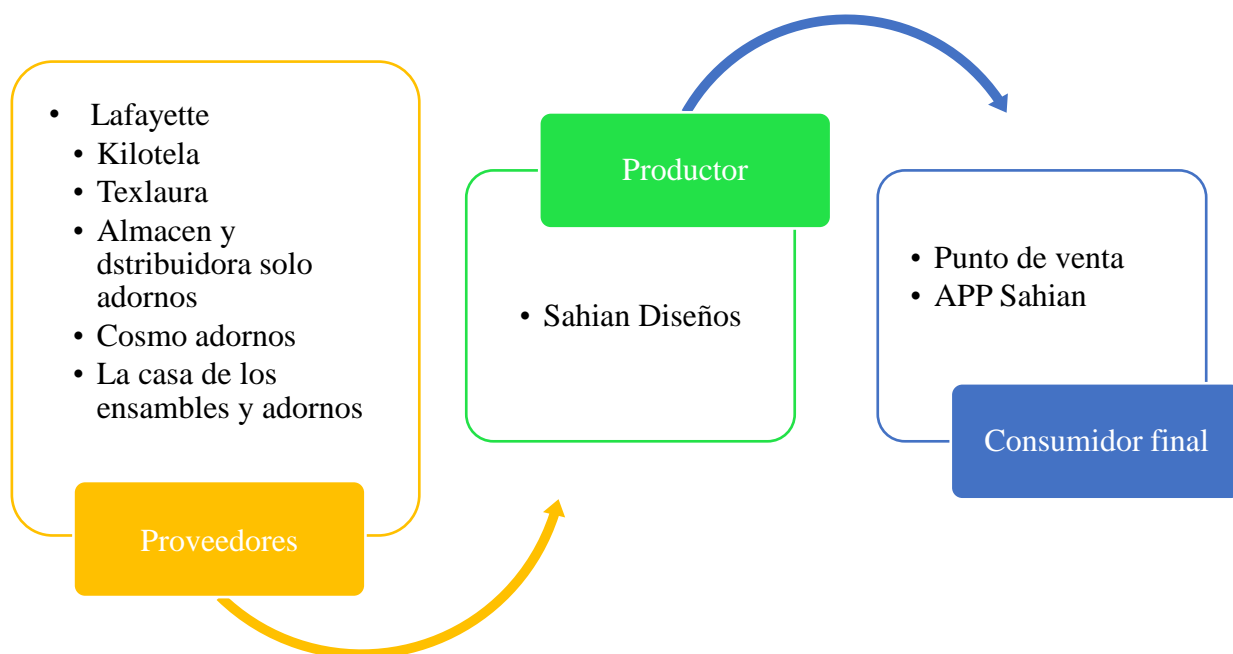


Grafico 1. Canal de distribución

En Villavicencio existen alrededor de 15 almacenes de venta de telas al por mayor y al detal, lo que permite un buen nivel de abastecimiento para Sahian Diseños.

Ahora bien, luego de diseñadas y confeccionadas las prendas estas se llevaran al consumidor de dos maneras:

Un punto de venta donde se exhibirán los diferentes diseños de las prendas en maniqués, roperos movibles y vitrinas para que los clientes puedan observar los diseños en prendas y la calidad en materiales.

La creación de la APP Sahian permite un acercamiento en cualquier momento y lugar con nuestras clientas, puesto que mediante la app pueden observar y comprar las prendas que deseen y estas serán enviadas al lugar donde se encuentren.

8.4.3. Estrategias de precio.

Para establecer los precios de nuestros productos se tuvieron en cuenta diferentes variables como, costo de mano de obra, costos de producción, otros costos de producción, el margen de rentabilidad.

Tabla 11. *Precio por prenda Sahian Diseños*

Producto	Cami sas	Faldas	Vestidos
Mano de Obra	44.339	69.045	60.150
Materia Prima	7.260	8.958	21.825
Otros costos	6.484	6.484	6.484
Costo total	58.083	84.487	88.459
Rentabilidad	6.970	10.138	10.615
Precio de venta	65.053	94.625	99.074
Ajuste a la decena	65.100	94.700	99.100

Los precios anteriormente establecidos se ajustan a la cantidad que las mujeres cristianas estarían dispuestas a pagar por cada una de sus prendas, teniendo en cuenta que van a poder tener diseños personalizados.

8.4.4. Estrategias de promoción.

Sahian Diseños como estrategia de promoción, dará un 50% de descuento a clientes especiales. Definimos a clientes especiales a las pastoras y/o esposas de pastores de las iglesias cristianas de mayor influencia en Villavicencio, con el fin de que se conviertan en el reflejo de lo que Sahian tiene preparado para ellas: belleza, comodidad, moda, y primordialmente diseños acordes a los principios que estipulan su fe. Por supuesto de la mano con la anterior estrategia, se impulsara el voz a voz que surgirá como respuesta al buen servicio y la calidad en las prendas confeccionadas.

Como es de esperarse la creación del logo es vital para poder tener una recordación en el publico por ende hace parte de la promoción que tendrá Sahian Diseños.

Tabla 12. *Costo de la estrategia de promoción*

Producto	Unidad	Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Valor del Diseño del logo	1	\$150.000	\$150.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
50% de descuento Kit Sahian	1	\$350.000	\$3.150.000	\$3.276.000	\$3.407.040	\$3.543.322	\$3.685.054

Total	\$3.300.000	\$3.276.000	\$3.407.040	\$3.543.322	\$3.685.054
-------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Se determina que se escogerán 3 clientes especiales, a las cuales se les dará el 50% de descuento por el total de la compra de un Kit Sahian conformado por 1 camisa, 1 falda y 1 vestido y dicho descuento se ofertara 4 veces al año, con un valor total de \$ 350.000 pesos.

8.4.5. Estrategias de comunicación.

Redes Sociales: (Revisar anexo 3.) Debido al impacto positivo que ha generado las redes sociales, Sahian Diseños creara contenidos llamativos donde mostrar sus colecciones, tips de moda y belleza que permitirá mejorar la interacción con los clientes; por ello tiene cuentas en twitter, Facebook y correo electrónico.

Catalogo: Se presentara un catálogo de diseños que podrán ser modificados de acuerdo a las especificaciones de los clientes; las modificaciones se podrán observar directamente mediante un software donde se encontrara la paleta de color, escotes, largor, anchos y el diseño en general de las prendas.

Aviso publicitario: el establecimiento contara con un aviso acorde a la normatividad, sin incurrir en contaminación visual; permitiendo a los posibles clientes la fácil ubicación del punto de venta.

Tabla 13. *Costo estrategia de comunicación*

Costo estrategias de comunicación		
Producto	Unidad	Año 1

Redes sociales	\$ 90.000	\$ 900.000
Catálogos de los productos	\$ 500.000	\$ 500.000
Aviso publicitario	\$ 800.000	\$ 800.000
Total		\$ 2.200.000

8.5.Estrategias de servicio.

8.5.1. Garantía.

La garantía otorgada por las prendas de vestir, es una garantía legal dada por la ley 1480 de 2011 - Estatuto del Consumidor, en el cual se determina que el termino de garantía de un bien nuevo será de un (1) año. De acuerdo al artículo 11 del estatuto del consumidor los aspectos incluidos en la garantía son:

Como regla general, reparación totalmente gratuita de los defectos del bien, así como su transporte, de ser necesario, y el suministro oportuno de los repuestos. Si el bien no admite reparación, se procederá a su reposición o a la devolución del dinero.

En caso de repetirse la falla y atendiendo a la naturaleza del bien y a las características del defecto, a elección del consumidor, se procederá a una nueva reparación, la devolución total o parcial del precio pagado o al cambio parcial o total del bien por otro de la misma especie, similares características o especificaciones técnicas, las cuales en ningún caso podrán ser inferiores a las del producto que dio lugar a la garantía.

Suministrar las instrucciones para la instalación, mantenimiento y utilización de los productos de acuerdo con la naturaleza de estos.

La entrega material del producto y, de ser el caso, el registro correspondiente en forma oportuna.

Contar con la disponibilidad de repuestos, partes, insumos, y mano de obra capacitada, aun después de vencida la garantía, por el término establecido por la autoridad competente, y a falta de este, el anunciado por el productor. En caso de que no se haya anunciado el término de disponibilidad de repuestos, partes, insumos y mano de obra capacitada, sin perjuicio de las sanciones correspondientes por información insuficiente, será el de las condiciones ordinarias y habituales del mercado para productos similares. Los costos a los que se refiere este numeral serán asumidos por el consumidor. (Ley 1480 de 2011) El consumidor podrá pedir dentro de la garantía: reparación del bien, cambio del bien por uno igual o de similares características, devolución del dinero, servicio postventa.

La satisfacción del cliente es un pilar importante en el proyecto, para ello se realizara:

Determinación de momentos de verdad; es decir que desde que el cliente se ponga en contacto con la empresa debe generarse en él una opinión frente a la calidad de la misma.

Establecer precios competitivos en el mercado.

Encuestas de satisfacción al cliente.

Cuando los pedidos son enviados se realizaran llamadas telefónicas a los clientes para saber el estado del pedido.

Un buen manejo de quejas y reclamos.

8.5.2. Presupuesto de la mezcla de mercados.

A continuación se presenta en conjunto los gastos incurridos en las estrategias de distribución, promoción y comunicación:

Tabla 14. Presupuesto mezcla de mercados

Estrategia de distribución

APP	Unidad	\$28.000.000	\$5.600.000	\$5.600.000	\$5.600.000	\$5.600.000	\$5.600.000
Venta por catalogo	Unidad	\$ 80.000	\$ 240.000	\$ 249.600	\$259.584	\$ 269.967	\$ 280.766
	Total		\$ 5.840.000	\$ 5.849.600	\$ 5.859.584	\$ 5.869.967	\$ 5.880.766

Estrategia de promoción

Valor del Diseño del logo	Unidad	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Descuento del 50% en Kit Sahian para clientes especiales	Unidad	\$ 350.000	\$ 3.150.000	\$ 3.276.000	\$ 3.407.040	\$ 3.543.322	\$ 3.685.054

Total		\$ 3.300.000	\$ 3.276.000	\$ 3.407.040	\$ 3.543.322	\$ 3.685.054	
Estrategia de comunicación							
Redes sociales	Unidad	\$ 90.000	\$ 900.000	\$ 936.000	\$ 973.440	\$ 1.012.378	\$ 1.052.873
Catálogos de los productos	Unidad	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 520.000	\$ 540.800	\$ 562.432	\$ 584.929
Aviso publicitario	Unidad	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 832.000	\$ 865.280	\$ 899.891	\$ 935.887
Total		\$ 2.200.000	\$ 2.288.000	\$ 2.379.520	\$ 2.474.701	\$ 2.573.689	
Total gastos de ventas		\$ 11.340.000	\$ 11.413.600	\$ 11.646.144	\$ 11.887.990	\$ 12.139.509	

8.6.Estrategias de aprovisionamiento.

El sistema de aprovisionamiento que tendrá la empresa estará dada por el movimiento en ventas por lo tanto cada mes se harán la compra de la tela en los diferentes establecimientos.

Tabla 15. *Lista de proveedores materia prima*

Nombre	Producto	Teléfono	Dirección
Lafayette	Tela	6621007	Cr. 31 no. 39-27 Centro
Kilotelas	Tela	6622932	Cr 29 n° 38-30 Centro
Texlaura	Tela	6624831	Cr30 38 A-16 Lt 5 Centro
Almacén y distribuidora solo adornos	Hilos, hilazas, botones, cremalleras, bobinas, corta hilos, tizas, agujas.	6624972	Cr 30 38 – 24 Centro Villavicencio
Cosmo Adornos	Hilos, hilazas, botones, cremalleras, bobinas, corta hilos, tizas, agujas.	6622573	Cr 30A 39 06 Centro
La casa de los ensambles y adornos	Hilos, hilazas, botones, cremalleras, bobinas, corta hilos, tizas, agujas.	6623939	calle 39 n° 30ª -53 Centro

Tabla 16. *Proveedores de suministros*

Actividad a contratar	Proveedor
Maquinaria y equipos	Máquinas de coser MSL LTDA, Ubicada en la calle 13n° 27 -15 en Restrepo –Bogotá Teléfono: 277 0741. MUEBLIMAQUINAS Ubicada en cr 22 n° 19 -15 Bogotá Teléfono: PBX: (57+1) 3510730
Muebles y enseres	AIKOSTO Ubicada en la calle 31 n° 31-95 Villavicencio Teléfono: 6714066 MAKRO Ubicada en la Cr 22 n° 7 -37 Vía puerto López Teléfono: 6829292
Servicios Públicos	Serán suministrados por las empresas publicas domiciliarias de la ciudad de Villavicencio
Arriendo Local	Será suministrada por una persona que arriende una bodega en Villavicencio.
Servicio de Internet	Sera suministrada CLARO Colombia Actualmente es el primer operador de telefonía móvil en Colombia.
Diseño, pagina web publicidad, Aviso establecimiento.	Será suministrada por SIGRAPH DIGITAL Ubicado en la carrera 40- 54 Centro Villavicencio. Teléfono: 6622411
Dotación de Uniformes	Elaborado por la misma empresa.
Artículos de Aseo	Será suministrada por DISTRIBUIDORA TROPILLANO S.A.S, reconocida en la ciudad de Villavicencio, ubicada en la carrera 23 5-75 teléfonos 6681008, barrio la Alborada.
Seguros	Será suministrada por una empresa privada en la venta de seguros

	de la ciudad de Villavicencio
Personal	Se realizara el proceso de selección directa de las mujeres madres de cabeza de la ciudad de Villavicencio.

8.6.1. Proyecciones de ventas.

La proyección de ventas se realizó de acuerdo a la proyección de crecimiento poblacional basados en el censo del 2005, segmentándolo por el porcentaje de personas que pertenecen a religiones cristianas no católicas, posteriormente seleccionando por sexo, ya que son solo las mujeres nuestro mercado objetivo.

Tabla 17. *Proyección de ventas anuales en unidades*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Camisas	735	764	795	826	860
Faldas	472	491	510	531	553
Vestido	542	564	586	610	634
Total	1.749	1.819	1.891	1.967	2.047

Luego de realizar el estudio de mercado se pudo determinar que el mercado objetivo al cual está dirigida Sahian Diseños, compra en mayor cantidad las camisas en lugar de las faldas y vestidos, esto se debe a que las mujeres prefieren tener variedad de camisas y combinarlas con algunas faldas. Pero esto sucede ya que el mercado les ofrece pocos diseños y variedad en faldas, lo que las obliga a tener los mismos diseños en sus prendas y algunas simplemente varían en los tonos de color.

Tabla 18. *Proyección de ventas anuales en pesos*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Camisas	\$47.814.270	\$76.902.253	\$83.233.626	\$89.938.383	\$97.386.065
Faldas	\$44.663.072	\$73.647.417	\$79.557.209	\$86.146.418	\$93.304.196
Vestido	\$53.678.466	\$83.379.890	\$90.075.230	\$86.146.418	\$105.355.727
TOTAL	\$146.155.808	\$233.929.560	\$252.866.065	\$262.231.219	\$296.045.988

9. Estudio Técnico

9.1. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto de Sahian diseños se determina mediante el poder de fabricación de las prendas y comercialización de las mismas expresadas en unidades; para ello es necesario analizar las posibles limitaciones que existen como: los condicionantes del mercado, disponibilidad de recursos humanos, financieros y tecnológicos.

Condicionantes del mercado La adquisición de prendas de vestir para mujeres evangélicas, está dada principalmente por las normas de vestuario estipuladas en sus iglesias, basadas en las sagradas escrituras, también depende de la comodidad, calidad y diseño de las prendas. El 74% de las mujeres cristianas no católicas que se visten con características específicas según su religión, a las cuales realizamos las encuestas estarían de acuerdo y además manifiestan que adquirirían sus prendas en una microempresa que les brinde vestuario especialmente para ellas como lo sería SAHIAN diseños.

Disponibilidad de recursos financieros Las fuentes financieras con las que se realizara este proyecto de pre inversión son: Fuentes externas, como el FONDO EMPRENDER que es una entidad gubernamental encargada de prestar capital semilla hasta por 100 millones de pesos a emprendedores para que de esta manera se pueda dar inicio al proyecto, luego de que la empresa este en operación si se cumplen con todas las normas exigidas por el fondo emprender este perdona la deuda a los emprendedores para que así puedan continuar creciendo. Por esto Fondo EMPRENDER seria la fuente de financiación más viable para la puesta en marcha de SAHIAN Diseños.

Disponibilidad de recursos humanos Para la fabricación y la comercialización de prendas de vestir para mujeres pertenecientes a iglesias cristianas no católicas de la ciudad de Villavicencio, es necesario contar con personal que tenga conocimientos en: diseño de modas, confección de prendas, mercadeo, contaduría, administración de empresas y ventas. SAHIAN cuenta con el personal con estos conocimientos por lo cual nuestro recurso humano no será un inconveniente para la elaboración de este proyecto.

Disponibilidad de tecnología La tecnología que se requerirá en el proyecto está dada por: software de cómputo que permitan la contabilización y manejo de inventarios en la empresa, sistematización de la base de datos para clientes, el desarrollo de una aplicación a través de la cual nuestras clientes van a poder participar del diseño, textura, color y demás en la creación de su vestuario. En el mercado tecnológico se encuentra gran variedad de dichos productos tecnológicos requeridos por SAHIAN Diseños, por lo tanto no se convierte en una limitante del proyecto.

Optimización del tamaño del proyecto El mercado al que se dirige SAHIAN Diseños, son mujeres cristianas no católicas las cuales utilizan prendas de vestir de acuerdo a las normas de la iglesia en la cual profesan su fe, y que además de querer continuar respetando estas normas también quieren utilizar las tendencias de moda en cuanto a vestuario, de los estratos 2, 3 y 4 de la ciudad de Villavicencio, en un rango de edad de entre 15 y 35 años. Las cuales aceptan en un 74% la creación de una empresa enfocada especialmente al diseño de prendas para ellas en la ciudad de Villavicencio.

9.1.1. Tamaño óptimo de la planta

Tabla 19 Tamaño óptimo de la planta año 1

AÑO 1	Aceptación del producto		Frecuencia de compra				Total anual (Unidades)
	Porcentaje	Unidades	Entre 2 y 3 veces al mes	Cada trimestre	Cada semestre	Cada año	
		4.474	12%	40%	39%	9%	
Camisas	42%	1.879,08	2.705,88	3.006,53	1.465,68	169,12	7.347,20
Faldas	27%	1.207,98	1.739,49	1.932,77	942,22	108,72	4.723,20
Vestidos	31%	1.386,94	1.997,19	2.219,10	1.081,81	124,82	5.422,94
TOTAL	100%	4.474,00					17.493,34

Para definir el crecimiento de la población cada año se basó en los datos de población 1985-2005 ⁽⁴⁾ y proyecciones de población 2005-2020 nacional, departamental y municipal. (DANE, 2015)

Tabla 20 Tamaño óptimo de la planta año 2

AÑO 2	Aceptación del producto		Frecuencia de compra				Total anual (Unidades)
	Porcentaje	Unidades	Entre 2 y 3 veces al mes	Cada trimestre	Cada semestre	Cada año	
		4.653	12%	40%	39%	9%	
Camisas	42%	1.954,24	2.814,11	3.126,79	1.524,31	175,88	7.641,09
Faldas	27%	1.256,30	1.809,07	2.010,08	979,91	113,07	4.912,13
Vestidos	31%	1.442,42	2.077,08	2.307,87	1.125,09	129,82	5.639,85
TOTAL	100%	4.652,96					18.193,07

Tabla 21 *Tamaño óptimo de la planta año 3*

AÑO 3	Aceptación del producto		Frecuencia de compra			Total anual (Unidades)	
	Porcentaje	Unidades	Entre 2 y 3 veces al mes	Cada trimestre	Cada semestre Cada año		
		4.839	12%	40%	39%	9%	
Camisas	42%	2.032,41	2.926,67	3.251,86	1.585,28	182,92	7.946,73
Faldas	27%	1.306,55	1.881,43	2.090,48	1.019,11	117,59	5.108,62
Vestidos	31%	1.500,11	2.160,16	2.400,18	1.170,09	135,01	5.865,45
TOTAL	100%						18.920,80

Tabla 22 Tamaño óptimo de la planta año 4

AÑO 4	Aceptación del producto		Frecuencia de compra				Total anual (Unidades)
	Porcentaje	Unidades	Entre 2 y 3 veces al mes	Cada trimestre	Cada semestre	Cada año	
		5.033	12%	40%	39%	9%	
Camisas	42%	2.113,71	3.043,74	3.381,94	1.648,69	190,23	8.264,60
Faldas	27%	1.358,81	1.956,69	2.174,10	1.059,87	122,29	5.312,96
Vestidos	31%	1.560,12	2.246,57	2.496,19	1.216,89	140,41	6.100,06
TOTAL	100%						19.677,63

Tabla 23 Tamaño óptimo de la planta año5

AÑO 5	Aceptación del producto		Frecuencia de compra			Total anual (Unidades)	
	Porcentaje	Unidades	Entre 2 y 3 veces al mes	Cada trimestre	Cada semestre		Cada año
		5.234	12%	40%	39%	9%	
Camisas	42%	2.198,26	3.165,49	3.517,21	1.714,64	197,84	8.595,19
Faldas	27%			2.261,07			5.525,48
		1.413,17	2.034,96		1.102,27	127,18	
Vestidos	31%			2.596,04			6.344,07
		1.622,52	2.336,43		1.265,57	146,03	
TOTAL	100%						20.464,73

9.1.2. Capacidad diseñada

AÑO 1	ventas año (unidades)	ventas mes (unidades)
Camisas	7.347,20	612,27
Faldas	4.723,20	393,60
Vestidos	5.422,94	451,91
TOTAL	17.493,34	1.457,78

Tabla 24. *capacidad diseñada de Sahian Diseños*

9.1.3. Capacidad instalada

SAHIAN Diseños contara con una capacidad instalada del 10% del total de la capacidad diseñada, es decir nuestra capacidad instalada seria:

Tabla 25 *Capacidad instalada de Sahian Diseños*

AÑO 1	ventas año	ventas mes
--------------	-------------------	-------------------

	(unidades)	(unidades)
Camisas	734,72	61,23
Faldas	472,32	39,36
Vestidos	542,29	45,19
TOTAL	1.749,33	145,78

Basándonos en la tabla anterior de la capacidad instalada, SAHIAN Diseños venderá cada mes un promedio de 61 unidades de camisas para el primer año de funcionamiento, 39 unidades de faldas y 45 unidades de vestidos. Estos datos están ajustados según la frecuencia de compra de cada producto por parte de nuestro mercado objetivo, como lo identificamos anteriormente en el estudio de mercado realizado.

9.2. Operación

9.2.1. Ficha técnica del producto o servicio.

Sahian Diseños surge como un emprendiendo que busca satisfacer la necesidad de las mujeres cristianas de verse bellas y modernas de acuerdo a las doctrinas que se establecen en las entidades religiosas a las que asisten.

Para ello, Sahian Diseños ofrece prendas con diversos diseños y materiales que se encuentran agrupadas en categorías tales como camisas, faldas y vestidos. A continuación se presenta la ficha técnica de los productos:

Tabla 26 Ficha técnica

Ficha técnica de producto terminado prendas de vestir mujeres cristianas – No católicas.

Definición del producto	Prendas de vestir para mujeres cristianas- no católicas: son aquellas prendas dirigidas a un sector del mercado creciente donde se determinan ciertos parámetros tales como largo y escotes en las prendas para las mujeres pertenecientes a determinada religión.
Tipo de tejido	<p>Tejido plano: son aquellos tejidos rígidos de carácter bidimensional (ancho y largo).</p> <p>Tela: dacron, lino, popelina, dril, popelina licrada, seda, chalis y tafetán.</p> <p>Tejido de punto: son aquellos tejidos elásticos que presentan encogimiento tanto en la trama como en la urdimbre.</p> <p>Tela: pique, ribb e interlook</p>
Consumo	El consumo de tela por prenda se determina de acuerdo a la curva (cantidades de prendas que se deben sacar por talla) dada por el cliente; manejando un curva estándar (1,2,2,1). Los datos que se encuentran en la tabla están dados en centímetros.

Camisas.

Camisas con manga corta recta				
Talla	Curva	Largo camisa	Largo manga	Consumo tela
S	1	61,5	20	81,5
M	2	62	21	166
L	2	62,5	21	167
Xl	1	63	21	84
Consumo total largo				498,5
Consumo promedio por prenda				83,08

Consumiría alrededor de 4,98 m de largo x 1,50 m de ancho y un consumo por prenda de 0,83 metros.

Faldas

Falda recta a la rodilla			
Talla	Curva	Largo falda	Consumo tela
8	1	59	59
10	2	60	120
12	2	61	122
14	1	62	62
Consumo total largo			363
Consumo promedio por prenda			60,5

Consumiría alrededor de 3,63 m de largo x 1,50 m de ancho y un consumo por prenda de 0,605 metros.

Vestidos

Vestido corte francés			
Talla	Curva	Largo de vestido	Consumo tela
8	1	152,5	152,5
10	2	155	310
12	2	156,5	313

	14	1	158	158
	Consumo total largo			933,5
	Consumo promedio por prenda			155,58

Consumiría alrededor de 9,33 m de largo x 1,50 m de ancho y un consumo por prenda de 1,55 metros.

Color y combinaciones

De acuerdo a las especificaciones del cliente.

Botones: 5 a 6 botones por camisa

Insumo

Cremallera: 1 cremallera por prenda.

Hilo: al tono de la tela.

	Camisa	Falda	Vestido
Cantidades de pieza	1 delantero	1 delantero	1 delantero
	1 posterior	1 posterior	1 posterior
	1 a 2 bolsillos	1 pretina	
	1 cuello		
	1 cocotera		

2 puños

Ingeniería de la prenda	Proceso Camisa	Maquina			Tiempo - Min
		P_{m1}	F_{1m3h}	C_{1m}	
	Cerrar espalda	X			0.10
	Hacer pinza	X			0.34
	Unir por hombro	X			0.15
	Filetear espalda		X		0.09
	Filetear hombro		X		0.10
	Pegar manga	X			1.35
	Filetear manga	X			0.37
	Cerrar costados	X			1.20
	Filetear costados		X		0.21
	Armar cuello pegar	X			11.05
	Hacer dobladillos	X			1.39
	Hacer puños	X			2.52
	Total				18.87

Proceso Falda	Maquina			Tiempo - min
	P_{m1}	F_{1m3h}	C_{1m}	
Filetear pretina		X		0.34
Filetear costados x 2		X		1.00
Cerrar costados	X			1.30

Pegar cremallera	X	2.45
Pagar pretina	X	5.00
Pegar marquilla	X	0.71
Hacer dobladillo	X	0.76
Total		11.56

Proceso Vestido	Maquina			Tiempo - min
	P _{m1}	F _{1m3h}	C _{1m}	
Filetear costados x 2		X		1.00
Hacer pinza	X			0.34
Unir por hombro	X			0.15
Filetear hombro		X		0.10
Cerrar costados	X			1.30
Pegar cremallera	X			2.45
Pegar marquilla	X			0.71
Hacer dobladillo	X			0.76
Total				6.81

Presentación	Las prendas terminadas serán exhibidas en maniqués y estanterías.
Costo del producto	Costo unitario por camisa \$26.442, costo unitario por falda \$35.318, costo unitario por vestido \$40.441.
Precio del producto	Precio unitario por camisa \$42.035, precio unitario por falda \$53.878, precio unitario por vestido \$ 74.026.

Descripción del proceso.

El proceso de producción que se realiza en Sahian Diseños, está dada por las siguientes actividades:

Compra de la materia prima: se dispone a comprar todo el material necesario para la confección de las prendas.

Diseño, trazo y corte: en esta parte del proceso se le da forma a las piezas de la tela. Integrada por 3 pasos:

Tendido: se extiende la tela en una mesa de corte formado capas de tela.

Trazo: se enmarca en la tela la mordería de las prendas.

Corte: se pasa la tela por la cortadora teniendo como guía el trazo marcado.

Ensamble y confección: se realiza la confección de la prenda.

Terminado y control de calidad: está compuesto por operaciones como eliminación de sobrantes de hilo y tela, remates, pasadores, dobladillos, puesta de botones, ganchos, entre otros.


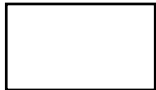
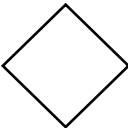

Y se hace la revisión de la prenda en cuanto a los terminados de la misma.

Empaque: se empacan en bolsas transparentes de acuerdo a tallas.

Almacenamiento: el 90% de la producción se lleva a bodega y el 10% queda en exhibición en vitrinas y maniqués.



Entrega al cliente: se le entrega al cliente la prenda con las especificaciones acordadas.

Tabla 27. Formas implementadas en el flujograma de procesos

Forma	Descripción
	Inicio o final del diagrama
	Realización de una actividad
	Análisis de situación, toma de decisión
	Documento usado en el proceso

Flujograma de producción.

Tabla 28 Flujograma de proceso de producción

Flujograma de procesos				
Actividad	Descripción	Tiempo	Responsable	Forma
Compra de materia prima.	La compra de la materia prima se realiza al por mayor en las diversos locales textiles.	2 h	Gerente operativo	
Diseño trazo y corte	De acuerdo a las especificaciones del cliente se realiza la mordería para cada una de las tallas, se hace la guía y se procede a cortar.	1 h	Operaria	






Ensamble confección	Siguiendo los parámetros de la a ingeniería de la prenda se procede a realizar el ensamblaje de cada una de las prendas.	45 min	Operaria	
Control de calidad	Luego de tener la prenda terminada se procede a revisar costuras y acabados.	10 min	Gerente operativo	
Empaque	Las prendas para mujeres cristianas –no católicas se exhiben en maniqués y se empacan en bolsas.	15 min	Operaria	
Almacenamiento	Se contarán con estantes y una bodega de almacenamiento.	10 min	Operaria	
Entrega al cliente	Se entrega el pedido al cliente.	1 min	Asesor comercial	

Tabla 29 Flujograma de procesos de venta Sahian Diseños



9.2.2. Necesidades y requerimientos.

A continuación se especifica la cantidad de materia prima e insumos requeridos para la fabricación por cada prenda de vestir:

Tabla 30. Costo de producción por camisa

Costo de producción por camisa				
Material	Unidad	Precio unitario	Cantidad	Costo/unidad

				producida
Tela Dacron	Metros	\$ 5.500,0	1,02	\$ 5.610,0
Tallas y marquillas	Metros	\$ 300,0	1	\$ 300,0
Botones	Unidades	\$ 50,0	6	\$ 300,0
Adornos	Unidades	\$ 70,0	6	\$ 420,00
Lo	Metros	\$ 900,0	0,7	\$ 630,00
Total				\$ 7.260

*Nota: el consumo de hilo es tomado de las tablas dadas por Coats Industrial en metros. El costo de hilo es de 0.9 pesos por yarda, es decir que equivale a 0.9144 metros.

En la elaboración de camisas en promedio de acuerdo a la curva dada de 1221 de cada talla se consumiría en materia prima 1,02 metros de tela e insumos tales como: tallas, marquillas, botones, adornos e hilo da un valor de \$7.260 pesos en promedio, cabe resaltar que este valor cambia de acuerdo al material con el cual se realice las prenda.

Tabla 31 Costo de producción por faldas

Costo de producción por faldas

Material	Unidad	Precio unitario	Cantidad	Costo/unidad producida
Tela lino	Metros	\$ 11.500,0	0,605	\$ 6.957,5
Cremallera	Unidades	\$ 600,0	1	\$ 600,0
Botones	Unidades	\$ 50,0	1	\$ 50,0
Adornos	Unidades	\$ 70,0	6	\$ 420,00
Hilo	Metros	\$ 900,0	0,7	\$ 630,00
Tallas y marquillas	Unidades	\$ 300,0	1	\$ 300,0
Total				\$ 8.958

*Nota: el consumo de hilo es tomado de las tablas dadas por coats industrial en metros. El costo de hilo es de 0.9 pesos por yarda, es decir que equivale a 0.9144 metros.

Ahora bien en la producción de faldas a la rodilla de acuerdo a la curva dada de 1221 de cada talla se consumiría en materia prima 0,605 metros de tela e insumos tales como: tallas, cremalleras, marquillas, botones, adornos e hilo da un valor de \$8.958 pesos en promedio, cabe resaltar que este valor cambia de acuerdo al material con el cual se realice las prenda.

Tabla 32 Costo de producción por vestido

Costos de producción por vestido				
Material	Unidad	Precio unitario	Cantidad	Costo/unidad producida
Tela popelina estrés	Metros	\$ 12.500,0	1,55	\$ 19.375,0
Cremallera	Metros	\$ 800,0	1	\$ 800,0

Botones	Unidades	\$ 50,0	6	\$ 300,0
Adornos	Unidades	\$ 70,0	6	\$ 420,00
Hilo	Metros	\$ 900,0	0,7	\$ 630,00
Tallas y marquillas	Unidad	\$ 300,0	1	\$ 300,0
Total				\$ 21.825

*nota: el consumo de hilo es tomado de las tablas dadas por coats industrial en metros. El costo de hilo es de 0.9 pesos por yarda, es decir que equivale a 0.9144 metros.

Por ultimo en la elaboración de un vestido de acuerdo a la curva dada de 1221 de cada talla se consumiría en materia prima 1.55 metros de tela e insumos tales como: tallas, cremalleras, marquillas, botones, adornos e hilo suman un valor total de \$21.825 pesos en promedio, cabe resaltar que este valor cambia de acuerdo al material con el cual se realice las prenda.

Capacidad instalada: Sahian Diseños presentara el siguiente volumen de producción para los 5 años proyectados.

Tabla 33 Capacidad instalada anualmente

Capacidad instalada anualmente

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Camisas	734,72	764,11	794,67	826,46	859,52
Faldas	472,32	491,21	510,86	531,30	552,55

Vestidos	542,29	563,99	586,54	610,01	634,41
TOTAL	1.749,33	1.819,31	1.892,08	1.967,76	2.046,47

Sahian Diseños para el año 1 contara con una capacidad instalada de 1749 prendas, de las cuales se producirán 735 camisas, 472 faldas y 542 vestidos al año. Dicho volumen de prendas está directamente asociado con los resultados de la encuesta y su preferencia de compra.

9.2.3. Costos indirectos de fabricación

Tabla 34 Costos indirectos de fabricación

CIF	Costo mensual	Costo anual	Camisas	Faldas	Vestido
Servicio eléctrico	570.000	6.840.000	2.872.800	1.846.800	2.120.400
Servicio de acueducto	210.000	2.520.000	1.058.400	680.400	781.200
Servicio de internet	100.000	1.200.000	504.000	324.000	372.000
Mantenimiento de maquinaria	195.000	780.000	327.600	210.600	241.800
	*				
Total	1.075.000	11.340.000	4.762.800	3.061.800	3.515.400

*El mantenimiento de la maquinaria se hace de forma trimestral.

Tabla 35 Capacidad de producción porcentual por prenda

Camisas	735	42%
----------------	-----	-----

Faldas	472	27%
Vestidos	542	31%
Total	1749	100%

Teniendo en cuenta la capacidad instalada de SAHIAN diseños, podemos determinar en la siguiente tabla los costos indirectos de fabricación por unidad producida.

Tabla 36 CIF por unidad producida

CIF	Camisas	Faldas	Vestidos
Servicio eléctrico	3.908,6	3.912,7	3.912,2
Servicio de acueducto	1.440,0	1.441,5	1.441,3
Servicio de internet	685,7	686,4	686,3
Mantenimiento de maquinas	445,7	446,2	446,1
Total	6.480,0	6.486,9	6.486,0

9.2.4. Plan de producción.

De acuerdo a la proyección en ventas se determina la producción mensual y anual de Sahian Diseños por prenda durante los 5 años proyectados:

Tabla 37 Plan de producción año 1

unidades	Mes1	Mes2	Mes3	Mes4	Mes5	Mes6	Mes7	Mes8	Mes9	Mes10	Mes11	Mes12	
Blusas	0	0	0	81	81	81	81	81	81	83	83	83	735
Faldas	0	0	0	51	51	51	52	52	52	54	54	54	472
Vestidos	0	0	0	58	58	58	60	60	60	62	62	63	542
Total	0	0	0	191	190	190	193	193	193	199	199	200	1749

En el año 1 se tendrán 3 meses improductivos donde se dedicaran a la compra de la maquinaria, arrendamiento del local, compra de materia e insumos y a la contratación de las operarias que son madres cabeza de hogar de Villavicencio. En total se producirán 735 camisas en el primer año de funcionamiento de SAHIAN diseños, siendo este el producto con mayor número de unidades a vender, seguido por los vestidos con 542 unidades para el año1, y finalizando con las faldas con 472 unidades.

Para los años siguientes se espera un aumento de aproximadamente el 4% de la producción, debido que es este el mismo incremento que presenta el mercado objetivo de SAHIAN.

Tabla 38 Plan de producción año 2

Plan de producción año 2

Vestidos	47	47	47	47	47	50	50	50	50	50	50	51	586
Total	152	152	155	155	155	160	160	160	160	160	160	162	1981

Tabla 40 Plan de producción año 4

Plan de producción año 4													
Unidades	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes
	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	
Blusas	68	68	68	68	69	69	69	69	69	69	70	70	826
Faldas	43	43	43	43	43	44	44	44	46	46	46	46	531
Vestidos	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	49	610
Total	162	162	162	162	163	164	164	164	166	166	167	165	1967

Tabla 41 Plan de producción año 5

Plan de producción año 5													
Unidades	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes
	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	
Blusas	70	70	71	71	71	72	72	72	72	73	73	73	860

Faldas	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	47	553
Vestidos	50	50	50	52	53	53	53	54	54	54	54	54	57	634
Total	166	166	167	169	170	171	171	172	172	173	173	177		2047

9.3. Plan de Compras

9.3.1. Consumos por unidad de producto.

A continuación se presenta la cantidad de materia prima e insumos que se requieren por unidad en cada prenda:

Tabla 42 Consumo por unidad de producto

Consumo por unidad de camisa		
Material	Unidad	Cantidad
Tela dacron	Metros	1,02
Tallas y marquillas	Metros	1
Botones	Unidades	6
Adornos	Unidades	6
Hilo	Metros	0,7
Consumo por unidad de faldas		
Material	Unidad	Cantidad

Tela lino	Metros	0,605
Cremallera	Unidades	1
Botones	Unidades	1
Adornos	Unidades	6
Hilo	Metros	0,7
Tallas y marquillas	Unidades	1

Consumo por unidad de vestido

Material	Unidad	Cantidad
Tela popelina estress	Metros	1,55
Cremallera	Metros	1
Botones	Unidades	6
Adornos	Unidades	6
Hilo	Metros	0,7
Tallas y marquillas	Unidad	1

Para hallar la cantidad de consumo de tela por prenda se deben tener dos aspectos fundamentales:

La curva: cantidad de prendas que se deben sacar en determinada talla; para los cálculos se implementó una curva perfecta es: 1 talla S, 2 talla M, 2 talla L y 1 talla XL.

Guía: determina la cantidad de tela promedio por prenda que se debe utilizara en determinada producción, dependiendo de la curva dada.

Para obtener la guía se manejaron los largos de las prendas por talla de acuerdo a la curva y se obtuvo el promedio. Dando como resultado que por camisa se consumen en promedio, 1 metro de tela, por falda 60 cm y en vestidos 1,55 metros.

9.3.2. Costos de Producción.

Tabla 43 Costo de materia prima por producto

Costos de materia prima por unidad de producto						
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo materia prima blusas	\$ / unid.	7.260	7.550	7.852	8.167	8.493
Costo materia prima faldas	\$ / unid.	8.958	9.316	9.688	10.076	10.479
Costo materia prima vestidos	\$ / unid.	21.825	22.698	23.606	24.550	25.532

Los costos de materia prima por cada unidad de blusas para el año 1 es de \$7.260 pesos y asciende hasta los \$8.493 pesos en el año 5, las faldas tienen un costo de \$8.958 pesos para el año 1 y \$10.479 pesos para el quinto año y por último los vestidos tendrán un costo de \$21.825 pesos y ascenderá a los \$25.532 pesos; sin embargo se deben tener en cuenta que estos costos varían de acuerdo al volumen de producción y al material implementado. Y como bien se observa se presenta un incremento, este hace referencia al 4% de incremento en el valor de la materia prima.

Tabla 44 Costo de mano de obra por unidad de producto

Costos de mano de obra por unidad de producto						
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Blusas	\$ / unid.	\$ 44.339	\$ 76.059	\$ 76.007	\$ 76.081	\$ 75.996
Faldas	\$ / unid.	\$ 69.045	\$ 118.334	\$ 118.482	\$ 118.348	\$ 118.186
vestidos	\$ / unid.	\$ 60.150	\$ 102.992	\$ 103.116	\$ 95.249	\$ 95.354

El comportamiento del valor de la mano de obra para el primer año es de \$44.339 pesos para blusas, \$69.045 pesos por falda y \$ 60.150 pesos, estos costos están dados para 9 meses del primer año, puesto que se tiene un periodo improductivo de 3 meses mientras se organiza la empresa.

9.4. Políticas de inventarios

La rotación de inventarios determina el tiempo que tarda en realizarse el inventario, es decir, en venderse. Entre más alta sea la rotación significa que la mercancía permanecen menos tiempo en el almacén, lo que es consecuencia de una buena administración y gestión de los inventarios. Teniendo en cuenta lo anterior en SAHIAN diseños tendrá una rotación de inventarios será de la siguiente manera:

Tabla 45 Rotación de inventarios

Invent. Prod. Final	días	7	7	7	7	7
Rotación	costo					
Invent. Prod. Final	\$	1.578.241	1.844.315	1.762.564	1.658.888	1.575.751
Invent. Prod. Final	\$	-1.578.241	-266.073	81.751	103.676	83.136

Variación						
Invent. Prod. en	días	2	2	2	2	2
Proceso Rotación						
In. Prod. Proceso	\$	450.926	526.947	503.590	473.968	450.215
In. Prod. Proceso	\$	-450.926	-76.021	23.357	29.622	23.753
Variación						
In. Materia Prima	días	15	15	15	15	15
Rotación						
Inv. Materia prima	\$	891.201	964.446	1.042.368	1.127.978	1.219.948
In. Materia Prima	\$	-891.201	-73.245	-77.922	-85.610	-91.970
Variación						
Total Inventario	\$	2.920.368	3.335.708	3.308.522	3.260.834	3.245.914

La rotación del inventario de producto final será de siete días, debido a que este es el tiempo máximo que esperamos para que cada producto elaborado salga del almacén, puesto que la idea de SAHIAN Diseños no es producir masivamente a escala industrial, si no que el objetivo es producir bajo las ordenes de pedido que hagan nuestras clientes, y tener un stock de productos no mayor a 50 unidades, las cuales servirán principalmente como referencia de diseño para que nuestras clientes escojan sus prendas.

En cuanto a la rotación de inventarios de productos en proceso estos se harán cada dos días, en relación con el inventario de materias primas este se realizara cada 15 dias, es decir tiene una rotación de 24 veces, eso con el fin de reducir costos de pedido, transporte y demas, pero sin llegar a almacenar demasiada existencia de materia prima en nuestra empresa.

9.5. Política de cartera

Tabla 46 Rotación de cartera

		Cuentas por cobrar					
Rotación Cartera	días	7	7	7	7	7	
Clientes							
Cartera Clientes	\$	2.841.918	2.841.918	4.548.630	4.916.840	5.319.994	5.756.450
Cartera Clientes	\$	0	-1.706.712	-368.210	-403.154	-436.456	
(Var.)							

La cartera de SAHIAN diseños tendrá una rotación de 7 días, debido a que nuestras clientes pagan el 50% en el momento de iniciar con la producción y el 50% restante cuando el producto le sea entregado.

9.6. Localización e infraestructura

9.6.1. Localización.

Se implementa el método cualitativo por puntos para determinar la localización de Sahian Diseños; este método es con orientación al mercado y se tomaron como aspectos relevantes:

Materia prima: el suministro en materia prima y el transporte de la misma es uno de los factores más importantes en cualquier empresa; por lo tanto la cercanía al lugar de donde se proveen la materia prima y la ubicación de Sahian Diseños tiene un impacto del 20% sobre los demás factores.

Mano de obra: Sahian Diseños buscará la mejor mano de obra, sin dejar de lado que estas deben ser madres cabeza de familia de Villavicencio – meta. Por lo tanto el lugar donde nos localicemos no incide de sobremanera desde que nos ubiquemos en Villavicencio y se le asignó un impacto de 15%.

Costos de insumo: están asociados a los costos que generados por los insumos por lo tanto se le dio una importancia del 10%.

Suministro de energía: la energía es sumamente importante puesto que toda la maquinaria de Sahian diseños funciona con energía eléctrica; por lo tanto representa un 15% en el total de factores.

Cercanía del mercado: de acuerdo a la encuesta realizada las mujeres cristianas – No católicas de Villavicencio, indicaron que las compran las realizan a menudo en almacenes, seguido de los centros comerciales, por ello estar cerca de los almacenes aunque sean competidores indirectos es una buena vitrina para que Sahian Diseños incursione en el mercado. Con un valor de 20%.

Costos de arrendamiento: el valor del arrendamiento está determinado de acuerdo al sector en el que se esté ubicado, y este valor inciden en el precio del producto. Sin embargo como la orientación es hacia el mercado se le da un peso de 10%.

Tarifa servicios públicos: el consumo en energía de la maquinaria depende de factores tales como el uso adecuado de la misma y del estrato del sector donde esté ubicada Sahian Diseños. Con un impacto del 10%.

Tabla 47 Método cualitativo por puntos

Método cualitativo por puntos					
Factor relevante	Peso asignado	Centro comercial		Cielos abiertos	
		Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada
Cercanía del mercado	0,2	7	1,4	9	1,8
Costos de arrendamiento	0,1	8	0,8	7	0,7
Costos de insumo	0,1	6	0,6	4	0,4
Mano de obra	0,15	5	0,75	5	0,75
Materia prima	0,2	5	1	10	2
Suministro de energía	0,15	7	1,05	7	1,05
Tarifa servicios públicos	0,1	8	0,8	7	0,7
Total	1		6,4		7,4

Análisis: de acuerdo a la determinación de los aspectos relevantes, el peso de cada uno y del análisis que se realizó en las dos opciones que se presentaron según la orientación del mercado, se determina que con un resultado de 7,4 puntos el lugar adecuado para ubicar Sahian Diseños es en un local en cielos abiertos; ya que allí mismo se encuentran tanto los proveedores de materias primas, como los almacenes (competidores indirectos) donde suelen comprar las mujeres cristinas – no católicas, y queda muy cerca donde ofertan maquinaria y suministros para la empresa.

9.6.2. Infraestructura

Maquinaria y equipo

A continuación se presenta la maquinaria que se necesita para la producción de prendas de vestir de Sahian Diseños:

Tabla 48 Descripción de maquinaria y equipo

Maquina	Función
Plancha industrial	Plancha industrial que aparte de quitar arrugas en las prendas tiene a capacidad para un uso industrial y proporciona el calor necesario para realizar fusiones en tela.
Cortadora industrial	Máquina automática de corte vertical cuya función es cortar las capas de tela, dándole la forma a las piezas de la prenda. Tiene una capacidad de 150 a 170 capas de tela.
Maquina plana	Máquina de costura recta apta para realizar una inmensa gama de operaciones de cosido sobre materiales pesados o semilivianos. Cuenta con un motor que la hace altamente veloz. Son implementadas en talleres de confecciones por el volumen de producción.
Maquina fileteadora	Máquina de coser con un mecanismo de entrelazamiento de hilo e hilaza produciendo así una costura tejida llama sobrehilado. Su función principal es evitar que la prenda se despiece o se deshilache.

Maquina collarín	Esta máquina se encargada de cubrir los orillos de las prendas.
------------------	---

Costo de maquinaria y equipo.

Tabla 49 Costo de maquinaria y equipo

Maquinaria y equipos				
Maquina plana	Unidad	2	\$ 1.100.000	2.200.000
Maquina fileteadora	Unidad	1	\$ 1.250.000	1.250.000
Maquina collarín	Unidad	1	\$ 1.800.000	1.800.000
Cortadora	Unidad	1	\$ 800.000	800.000
Plancha industrial	Unidad	2	\$ 330.000	660.000
Total				6.710.000

El costo total de la maquinaria y equipos de Sahian Diseños, comprando un total de 7 máquinas es de \$6.710.000 pesos.

Requerimientos muebles y equipos

Tabla 50 Costo de muebles y equipos

Muebles y enceres				2.035.000
Silla Giratoria	Unidad	4	120.000	480.000
Estantes Metálicos	Unidad	3	350.000	1.050.000
Ventiladores	Unidad	2	90.000	180.000

Mesa de Corte Grande	Unidad	1	325.000	325.000
Equipos de oficina				3.540.000
Computadores	Unidad	2	1.200.000	2.400.000
Muebles de oficina	Unidad	2	450.000	900.000
Silla Giratorias	Unidad	2	120.000	240.000
Total				\$5.575.000

Dentro de los muebles y enceres se encuentran las sillas giratorias, estantes metálicos, ventiladores y mesa de corte necesario para la producción los cuales suman un total de \$2.035.000 pesos y en equipos de oficina integrados por sillas giratorias, muebles de oficina y computadores es de \$3.540.000 pesos; para un gran total de \$5.575.000 pesos.

9.6.3. Distribución de planta



Figura 1. Plano de la empresa

Sahian Diseños estará ubicado en una bodega la cual se divide en tres espacios:

El punto de venta se ubica en la cara de la bodega donde se exhibirán las prendas en maniqués, estantes móviles y vitrinas. Contará con 3 vistieres cada uno con sus espejos, una sofá para los acompañantes y/o consumidores y la respectiva caja de registro.



La segunda sección de la bodega será destinada al área de producción, donde se ubicaran 4 máquinas con sus respectivos escritorios en el siguiente orden de derecha a izquierda dos máquinas planas, una collarin, y la fileteadora las cuales presentan las siguientes especificaciones:



Tabla 51 Ficha técnica de maquina plana marca MSL

Maquina plana	Doble respunte trabajo liviano, semipesado y
----------------------	--

	pesado.
Lubricación	Automática
Regulador de largo de puntada	Sistema gancho estándar
Hilo	No 120-180
Velocidad	5000 RPM
Estante	Industrial
Mesa de formica	60x120cm
Motor	Medio caballo 3450 RPM a 110 O 220 voltios
Agujas	135x5 No 65 hasta 130
Accesorios	4 carretéales, 1 paño de agujas, aceitera, 2 destornilladores, llave fija, porta cono de hilos, devanador, rodillera, carter, soporte de caucho, catalogo y forro.

Tabla 52 Ficha técnica de maquina collarin marca MSL

Maquina	Cama plana de tres agujas con puntada de cadeneta y recubridor superior.
Regulador de largo de puntada	Distancia entre agujas de 6,4mm.
Hilo	No 120-180
Velocidad	Velocidad de 5.000ppm
Estante	Industrial

Mesa de formica	60x120cm
Motor	Medio caballo 3450rpm a 110 voltios.
Agujas	135x5 No 65 hasta 130
Accesorios	1 paño de agujas B63, pinzas, filtro, destornilladores, llaves bristol, aceite, aceitera, enhebrador, porta cono de 5 hilos, catalogo, forro.

Tabla 53. Ficha técnica de maquina fileteadora marca MSL

Maquina	Fileteadora con puntada de seguridad, transporte pesado.
Lubricación	Automática
Regulador de largo de puntada	largo de puntada de 7mm, ancho de costura 5,8mm regulador de largo de puntada, sistema looper
Hilo	No 120-180 trabaja también con hilaza nylon de 1 cabo o de 2 cabos e hilazas retorcidas, hilazas acrílicas.
Velocidad	Velocidad máxima 5.000 ppm
Estante	Industrial
Mesa de formica	60x120cm

Motor	Medio caballo 110 voltios a 3450 RPM
Accesorios	Destornilladores, llaves Bristol, aceitera, un paño de agujas, juego de tres loopers y dos cuchillas adicionales.

El espacio entre cada máquina será de 1 metro de distancia permitiendo el desplazamiento del operario en su sitio de trabajo. Por ultimo en el fondo de la bodega se encontrara la mesa de corte que tendrá unas medidas de 240 cm de largo por 180 cm ancho y el armario.



CLASE A. Para incendios en los que están implicados materiales combustibles sólidos normales como madera, viruta, papel, tela, goma, caucho y numerosos plásticos que requieren los efectos térmicos (enfriamiento) del agua, soluciones de agua, o los efectos de ciertos elementos químicos secos que retrasan la combustión.

Sahian Diseños contara con las medidas de seguridad correspondiente; para ello ubicara un extintor tipo 2 A, en la columna derecha del fondo de la bodega a una altura mínima de 1.02 m sobre el nivel del suelo.

Figura 2 Clase de extintores tomado de Sura ARL

Es escogido dicho tipo de extintor de acuerdo a los parámetros tales como tipo de incendio que pueda ocurrir con mayor probabilidad, tamaño del incendio de más probable ocurrencia y riesgos en el área donde es más probable que ocurra el incendio que establece la norma ANSI/UL 711. Consecuentemente la ruta de evacuación estará debidamente señalizada y comunicada.

En el altillo se ubicara la oficina tanto del área administrativa como la operativa, y se contara con un espacio para recibir proveedores, inversionistas, clientes, grupos de interés.



10.3. Estructura organizacional

El organigrama de Sahian Diseños es de carácter vertical y funcional presentando la información de manera jerárquica de acuerdo a la labor a ejecutar.

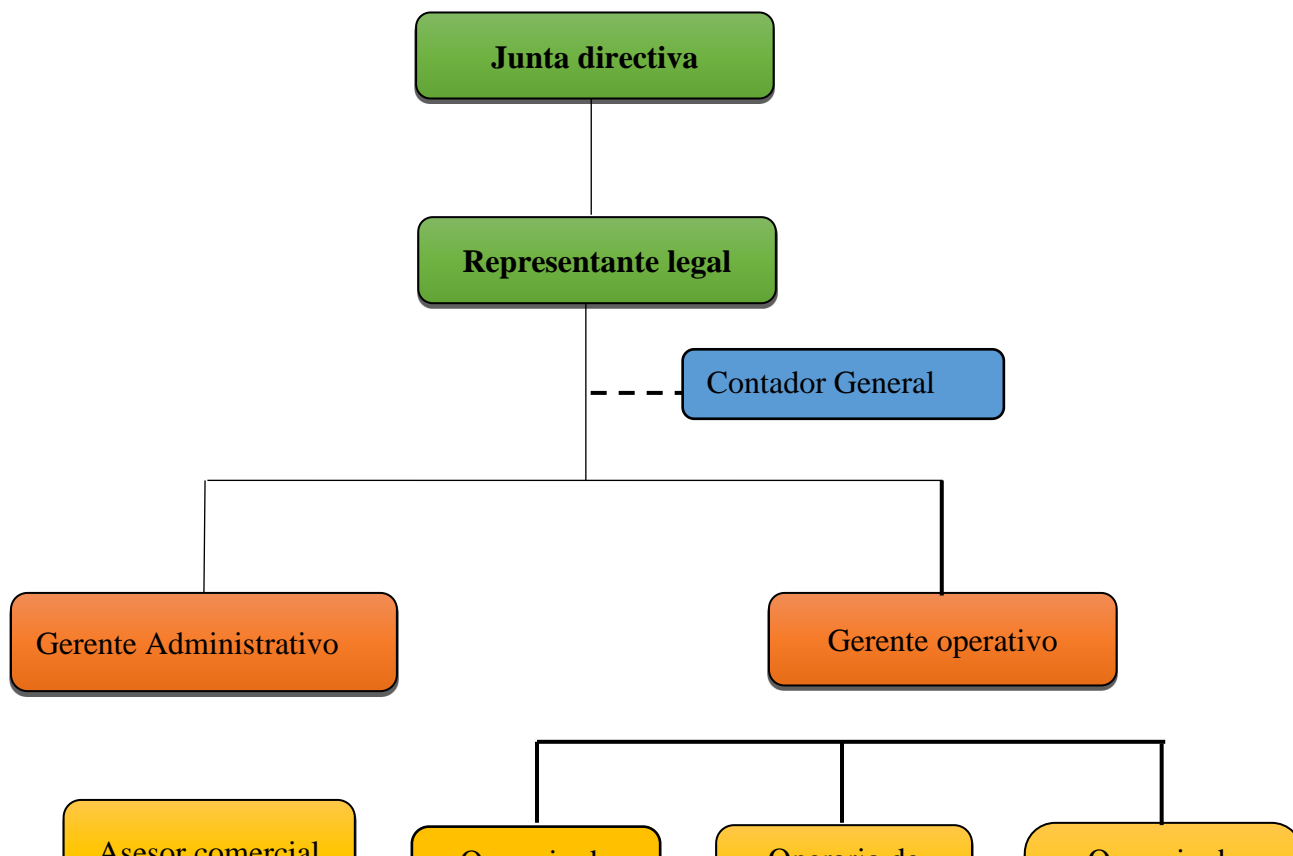


Ilustración 1. Organigrama Sahian Diseños

Sahian Diseños contará con una junta directiva debido a que será una sociedad por acciones simplificada, a su vez tendrá un representante legal que será uno de los dos socios fundadores de la empresa y para este caso se decide que cumplirá a su vez la función de gerente administrativo. En el segundo nivel se encontrara el gerente operativo quien tendrá a su cargo 3 operarios de máquinas y se encargara de todo lo concerniente sobre la producción, allí también está ubicado el gerente administrativo que tendrá a cargo a un asesor comercial del punto de venta.

En el tercer nivel se encuentran 2 operadores de maquina plana y 1 operario de fileteadora y collarín en el área de producción y en la administrativa se encuentra el asesor comercial. Por último y como staff se encuentra el contador general, el cual no hará parte directamente de la empresa sino que será contratado cada vez que se requiera.

10.3.1. Planeación estratégica

Logo.

El nombre de la empresa es de Sahian Diseños; la palabra Sahian es de origen Indio, que significa “*el que se ve bien, guapo o como variante del sajan el bien querido*”. (Revisar anexo 1. Para el logo)



Slogan.

Para que te vistas como Dios manda, esta combinación de palabras permite llegar a la población puesto que pueden sentirse bellas, a la moda y cómodas, sin sentir que van en contra fe y esencialmente acorde a los paramentos que estipulan la fe de las mujeres cristianas y de otras religiones.

Misión.

Sahian Diseños: es una empresa de diseño y confección de prendas de vestir que brinda belleza, calidad y moda, acorde a los criterios que estipulan la fe de las mujeres cristianas -no católicas de Villavicencio – Meta.

Visión.

Sahian diseños en el 2021 será reconocida como la empresa de diseño y confección de ropa para mujeres cristianas – no católicas con mayor preferencia en el mercado metense debido a su versatilidad en diseños que se ajustan a los criterios de la fe cristiana.

Objetivos General.

Generar rentabilidad a través de un óptimo manejo de las utilidades, como resultado de una buena gestión y manejo de recursos al interior de la empresa, permitiendo de esta manera un consumo más frecuente de los productos ofrecidos por SAHIAN DISEÑOS y convirtiéndose en una empresa atractiva para posibles inversionistas.

Objetivos Específicos.

Permanecer atentos y abiertos a las necesidades del público objetivo, tendencias de la moda y a los parámetros que estipulen la fe cristiana con el fin de asimilarlas y responder en forma proactiva y práctica al mercado.

Cubrir al máximo la demanda de nuestros clientes para brindar una satisfacción total.

Generar una estrategia de precios que permita ser competitivos en el mercado.

Lograr con el tiempo ser una de las empresas líderes en la generación de empleo en el país.

10.3.2. Principios Organizacionales.

Compromiso: en Sahian Diseños trabajamos con responsabilidad, optimizando los recursos asignados y creyendo en lo nuestro.

Actitud De Servicio: en Sahian Diseños escuchamos, atendemos y resolvemos las necesidades de nuestros clientes, con el fin de cumplir con sus expectativas y lograr su lealtad.

Trabajo En Equipo: en Sahian Diseños aprovechamos las cualidades individuales y unimos destrezas para producir mejores resultados.

Calidad: en Sahian Diseños garantizamos el mejoramiento continuo mediante el mantenimiento de altos niveles de eficiencia y eficacia, aumentando la productividad, generando mayor confianza y seguridad en los clientes.

Conciencia Ambiental: en Sahian Diseños utilizamos materiales biodegradables contribuyendo significativamente a la conservación del medio ambiente.

Igualdad: en Sahian Diseños se garantiza a todos los empleados y clientes un trato equitativo por parte de la empresa en todos sus aspectos sin discriminación alguna.

10.4. Reglamento interno

En el reglamento interno, se pueden apreciar un conglomerado de reglas y parámetros que se exigen dentro de la empresa y que rigen el buen funcionar de la misma (Revisar el reglamento en el anexo 4.)

10.5. Definición de puestos de trabajo

10.5.1. Manual De Funciones.

[MANUAL DE FUNCIONES SAHIAN.pdf](#)

10.6. Costos administrativos

10.6.1. Gastos de personal.

Tabla 54 Gastos del personal

Empleos	No.	Valor mes sin factor	Valor Mes con Factor Prest. 1,44	Aporte fondo emprender	Valor primer año	Valor segundo año	Valor tercer año	Valor cuarto año	Valor quinto año
M.O. Adm			\$ 3.280.000	\$ 9.840.000	\$ 29.520.000	\$ 46.742.400	\$ 48.612.096	\$ 49.675.300	\$ 51.662.312
Gerente	1	\$ 1.000.000	\$ 1.440.000	\$ 4.320.000	\$ 12.960.000	\$ 17.971.200	\$ 18.690.048	\$ 19.437.650	\$ 20.215.156
contador	1	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 1.200.000	\$ 3.600.000	\$ 10.800.000	\$ 11.232.000	\$ 10.800.000	\$ 11.232.000
Jefe de personal	1	\$ 1.000.000	\$ 1.440.000	\$ 4.320.000	\$ 12.960.000	\$ 17.971.200	\$ 18.690.048	\$ 19.437.650	\$ 20.215.156
M.O. Operativo			\$ 2.223.864	\$ 13.966.776	\$ 32.589.144	\$ 58.101.788	\$ 60.425.860	\$ 62.842.894,07	\$ 65.356.609,84

Operaria	3	\$ 844.350	\$ 1.215.864	\$ 10.942.776	\$ 25.533.144	\$ 45.521.948	\$ 47.342.826	\$ 49.236.539	\$ 51.206.001
Ase punto de venta	1	\$ 700.000	\$ 1.008.000	\$ 3.024.000	\$ 7.056.000	\$ 12.579.840	\$ 13.083.034	\$ 13.606.355	\$ 14.150.609
			\$ 5.503.864	\$ 23.806.776	\$ 62.109.144	\$ 104.844.188	\$ 109.037.956	\$ 112.518.193,91	\$ 117.018.921,67

De acuerdo a los puestos establecidos se determinó que para los cargos de gerente administrativo y operativo el salario mensual apagar equivale a \$1.440.000 pesos, por su parte las operarias de maquinaria devengaran \$844.350 pesos y la asesora del punto de venta será de \$700.000 pesos; lo que suma para el año 1 un total de \$62.109.144 pesos en mano de obra para Sahian Diseños. El contador no hace parte de la empresa, este será contratado por outsourcing y se le pagara \$400.000 pesos. Estas cifras cuentan con el factor prestacional reglamentado.

10.6.2. Gastos de puesta en marcha.

Tabla 55 Gastos de puesta en marcha

Gastos de puesta en marcha									
Registro mercantil	Unidad	\$ 170.000	\$ 170.000	\$ 170.000	\$ 170.000	\$ 176.800	\$ 183.872	\$ 191.227	\$ 198.876
Registros marcas y patentes	Unidad	\$ 639.000	\$ 639.000	\$ 639.000	\$ 639.000	\$ 0	0	0	0
Total		\$ 809.000	\$ 809.000	\$ 809.000	\$ 176.800	\$ 183.872		\$ 191.227	\$ 198.876

Los gastos de puesta en marcha de Sahian Diseños por concepto de registros tales como el mercantil y el de marca, suman un total para el año 1 de \$809.000 pesos. Cabe resaltar que el registro mercantil se paga anualmente por ende se registra en los 5 años.

10.6.3. Gastos anuales de administración.

Tabla 56 Gastos anuales de administración

Gastos anuales de administración

	Unidad	Valor unitario	Capital trabajo solicitado	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pagos por arrendamiento	Mes	\$ 450.000	\$1.350.000,00	\$ 4.050.000	\$ 5.616.000	\$ 5.840.640	\$ 6.074.266	\$ 6.317.236
Publicidad	Mes	\$ 300.000	\$ 900.000,00	\$ 2.700.000	\$ 3.744.000	\$ 3.893.760	\$ 4.049.510	\$ 4.211.491
Reparaciones y mantenimiento	Mes	\$ 130.000	\$ 390.000,00	\$ 1.170.000	\$ 1.622.400	\$ 1.687.296	\$ 1.754.788	\$ 1.824.979
Seguros	Anual	\$ 800.000	\$ 800.000,00	\$ 800.000	\$ 832.000,00	\$ 865.280,00	\$ 899.891,20	\$ 935.886,85
Servicios públicos	Mes	\$ 20.000	\$ 60.000,00	\$ 180.000	\$ 249.600	\$ 259.584	\$ 269.967	\$ 280.766
Suministros de oficina	Mes	\$ 150.000	\$ 450.000,00	\$ 1.350.000	\$ 1.872.000	\$ 1.946.880	\$ 2.024.755	\$ 2.105.745
Teléfono, internet, correo	Mes	\$ 65.000	\$ 195.000,00	\$ 585.000	\$ 811.200	\$ 843.648	\$ 877.394	\$ 912.490
Total			\$ 4.145.000	\$ 10.835.000	\$ 14.747.200	\$ 15.337.08	\$ 15.950.572	\$ 16.588.594

Los gastos anuales de administración están dados por el pago de arrendamiento, publicidad, reparaciones y mantenimientos, servicios públicos, suministros de oficina, teléfono, internet y correo todos estos se pagarán mensualmente con valores que van desde \$60.000 pesos hasta \$1.350.000 pesos y un seguro anual de \$800.000 pesos. Para el año 1 suman un total de \$14.747.200 pesos y para el año 5 ascenderían a \$16.588.594 pesos, por su parte al fondo emprendedor se le gestionará un 73% es decir 10.835.000 pesos que equivalen a 3 meses, ya que son los tres meses improductivos pero que se utilizan para la adecuación y puesta en marcha de la empresa.

Tabla 57 Otros costos de fabricación

Otros costos de fabricación								
	Unidad	Valor Unitario	Capital trabajo solicitado	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicio De Luz	Mes	\$ 250.000	\$ 750.000	\$3.000.000	\$3.120.000	\$3.244.800	\$3.374.592	\$ 3.509.575
Servicio Agua	Mes	\$ 70.000	\$ 210.000	\$ 840.000	\$ 873.600	\$ 908.544	\$ 944.885	\$ 982.681
Total otros costos de fabricación		\$320.000	\$960.000	\$3.840.000	\$3.993.600	\$4.153.344	\$4.319.478	\$4.492.257

Ahora bien en cuanto a los gastos que se incurren en la fabricación de las prendas asociados a los servicios públicos, se estima que el servicio de energía eléctrica tendrá un valor mensual de \$ 250.000 pesos debido al consumo de la maquinaria, y el servicio de agua mensualmente será de \$70.000 pesos. Lo que para el año 1 suman \$3.840.000 pesos y ascenderán hasta \$4.492.257 pesos al año 5, sin embargo al fondo emprender se le solicita un capital el 25% que corresponde a \$960.000 pesos

11. Estudio Legal

11.1. Constitución de la empresa y aspectos legales

11.1.1. Aspectos Legales.

LEY 133 DE 1994 (mayo 23)

Reglamentada parcialmente por el Decreto Nacional 1396 de 1997 por la cual se desarrolla el Decreto de Libertad Religiosa y de Cultos, reconocido en el artículo 19 de la Constitución Política.

El Congreso de Colombia, DECRETA:

CAPÍTULO I

Del Derecho de Libertad Religiosa

Artículo 1º.- El Estado garantiza el derecho fundamental a la libertad religiosa y de cultos, reconocido en el artículo 19 de la Constitución Política.

Este derecho se interpretará de conformidad con los tratados internacionales de derechos humanos ratificados por la República.

Artículo 2º.- Ninguna Iglesia o Confesión religiosa es ni será oficial o estatal. Sin embargo, el Estado no es ateo, agnóstico, o indiferente ante los sentimientos religiosos de los colombianos.

El Poder Público protegerá a las personas en sus creencias, así como a las Iglesias y confesiones religiosas y facilitará la participación de éstas y aquellas en la consecución del bien

común. De igual manera, mantendrá relaciones armónicas y de común entendimiento con las Iglesias y confesiones religiosas existentes en la sociedad colombiana. Ver Sentencia C 200 de 1995

Artículo 3º.- El Estado reconoce la diversidad de las creencias religiosas, las cuales no constituirán motivo de desigualdad o discriminación ante la Ley que anulen o restrinjan el reconocimiento o ejercicio de los derechos fundamentales.

Todas las confesiones Religiosas e Iglesias son igualmente libres ante la Ley.

Artículo 4º.- El ejercicio de los derechos dimanantes de la libertad religiosa y de cultos, tiene como único límite la protección del derecho de los demás al ejercicio de sus libertades públicas y derechos fundamentales, así como la salvaguarda, de la seguridad, de la salud y de la moralidad pública, elementos constitutivos del orden público protegido por la Ley en una sociedad democrática.

El derecho de tutela de los derechos reconocidos en esta Ley Estatutaria, se ejercerá de acuerdo con las normas vigentes.

Artículo 5º.- No se incluyen dentro del ámbito de aplicación de la presente Ley las actividades relacionadas con el estudio y experimentación de los fenómenos psíquicos o parapsicológicos; el satanismo, las prácticas mágicas o supersticiosas o espiritistas u otras análogas ajenas a la religión.

CAPÍTULO II

Del ámbito del derecho de libertad religiosas.

Artículo 6º.- La libertad religiosa y de cultos garantizada por la Constitución comprende, con la siguiente autonomía jurídica e inmunidad de coacción, entre otros, los derechos de toda persona:

De profesar las creencias religiosas que libremente elija o no profesar ninguna; cambiar de confesión o abandonar la que tenía; manifestar libremente su religión o creencias religiosas o la ausencia de las mismas o abstenerse de declarar sobre ellas;

De practicar, individual o colectivamente, en privado o en público, actos de oración y culto; conmemorar sus festividades; y no ser perturbado en el ejercicio de sus derechos; de recibir sepultura digna y observar los preceptos y ritos de la religión del difunto en todo lo relativo a las costumbres funerarias con sujeción a los deseos que hubiere expresado el difunto en vida, o en su defecto expresare su familia. Para este efecto, se procederá de la siguiente manera:

Podrán celebrarse los ritos de cada una de las Iglesias o confesiones religiosas en los cementerios dependientes de la autoridad civil o de propiedad de los particulares.

Se observarán los preceptos y los ritos que determinen cada una de las Iglesias o confesiones religiosas con personería jurídica en los cementerios que sean de su propiedad.

Artículo 7º.- El derecho de libertad religiosa y de cultos, igualmente comprende, entre otros, los siguientes derechos de las Iglesias y confesiones religiosas:

De establecer lugares de culto o de reunión con fines religiosos y de que sean respetados su destinación religiosa y su carácter confesional específico;

De ejercer libremente su propio ministerio; conferir órdenes religiosas, designar para los cargos pastorales; comunicarse y mantener relaciones, sea en el territorio nacional o en el extranjero, con sus fieles, con otras Iglesias o confesiones religiosas y con sus propias organizaciones;

De establecer su propia jerarquía, designar a sus correspondientes ministros libremente elegidos, por ellas, con su particular forma de vinculación y permanencia según sus normas internas;

De tener y dirigir autónomamente sus propios institutos de formación y de estudios teológicos, en los cuales puedan ser libremente recibidos los candidatos al ministerio religioso que la autoridad eclesiástica juzgue idóneos. El reconocimiento civil de los títulos académicos expedidos por estos institutos será objeto de Convenio entre el Estado y la correspondiente Iglesia o confesión religiosa o, en su defecto, de reglamentación legal;

De escribir, publicar, recibir, y usar libremente sus libros y otras publicaciones sobre cuestiones religiosas.

De anunciar, comunicar y difundir, de palabra y por escrito, su propio credo a toda persona, sin menoscabo del derecho reconocido en el literal g) del artículo 6 y manifestar libremente el valor peculiar de su doctrina para la ordenación de la sociedad y la orientación de la actividad humana;

De cumplir actividades de educación, de beneficencia, de asistencia que permitan poner en práctica los preceptos de orden moral desde el punto de vista social de la respectiva confesión.

CAPÍTULO III

De la personería jurídica de las Iglesias y Confesiones Religiosas

Artículo 9º.- Reglamentado Parcialmente por el Decreto Nacional 505 de 2003 El Ministerio de Gobierno reconoce personería jurídica a las Iglesias, confesiones y denominaciones religiosas, sus federaciones, y, confederaciones y asociaciones de ministros, que lo soliciten. De igual manera, en dicho Ministerio funcionará el Registro Público de entidades religiosas.

La petición deberá acompañarse de documentos fehacientes en los que conste su fundación o establecimiento en Colombia, así como su denominación y demás datos de identificación, los estatutos donde se señalen sus fines religiosos, régimen de funcionamiento, esquema de organización y órganos representativos con expresión de sus facultades y de sus requisitos para su válida designación.

Parágrafo.- Las Iglesias, confesiones y denominaciones religiosas, sus federaciones y confederaciones, pueden conservar o adquirir personería jurídica de derecho privado con arreglo a las disposiciones generales del derecho civil.

Artículo 10°.- El Ministerio de Gobierno practicará de oficio la inscripción en el registro público de entidades religiosas cuando otorgue personería jurídica a una Iglesia o confesión religiosa, a sus federaciones o confederaciones.

La personería jurídica se reconocerá cuando se acrediten debidamente los requisitos exigidos y no se vulnere algunos de los preceptos de la presente Ley.

Artículo 11°.- El Estado continúa reconociendo personería jurídica de derecho público eclesiástico a la Iglesia Católica y a las entidades erigidas o que se erijan conforme a lo establecido en el inciso 1 del artículo IV del Concordato, aprobado por la Ley 20 de 1974.

Para la inscripción de éstas en el Registro Público de Entidades Religiosas se notificará al Ministerio de Gobierno el respectivo decreto de elección o aprobación canónica.

Artículo 12°.- Corresponde al Ministerio de Gobierno la competencia administrativa relativa al otorgamiento de personería jurídica, a la inscripción en el registro público de entidades religiosas, así como a la negociación y desarrollo de los convenios Públicos de Derecho Interno.

Ver: Artículo 24 Ley 115 de 1994

De la constitución de la sociedad

La estructura legal del proyecto se enmarca dentro de las condiciones legales para poder crear sociedad en nuestro país.

Todos los procesos de contratación y operación se harán cumpliendo estrictamente con las leyes del país, las proyecciones financieras de este negocio se harán cumpliendo con todas las

obligaciones tributarias de orden nacional y municipal además de las obligaciones laborales exigidas por la ley.

La razón social de la empresa será Sahian diseños S.A.S, y el tipo de sociedad como sus siglas lo indican será una sociedad por acciones simplificadas, basándose en la ley 1258 de 2008 por medio de la cual se crean las sociedades por acciones simplificadas en Colombia, en su artículo 5 indica que el documento de constitución deberá contener por lo menos los siguientes requisitos:

Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen).

Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.

El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.

El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.

Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.

El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.

La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

Para los emprendedores constituir este tipo de sociedad se deben seguir los siguientes pasos:

Consultar nombre en el RUES: Lo primero es consultar en el Registro Único Empresarial y Social (RUES) para verificar que no exista otra empresa con el nombre que desean registrar. Solo hay que entrar a www.rues.org.co y escribir la razón social.

Preparar la papelería: los documentos necesarios para la constitución son el documento privado de constitución, PRE-RUT, fotocopia de la cédula del representante legal, Formulario único empresarial, el documento privado de constitución, son los estatutos de la compañía donde se define la estructura de la organización. Para redactarlo se puede buscar un formato y adecuarlo a las características de la empresa.

El PRE-RUT se diligencia en la página web de la DIAN, seleccionando la opción Inscripción RUT y luego cámara de comercio. El sistema le informará que si ya había realizado el proceso y guardó un borrador del documento, puede escribir el número del formulario para continuar con la edición. Pero como apenas se va a crear, solo hay que dar clic en continuar dejando el campo de formulario en blanco.

El formulario único empresarial se adquiere en la cámara de comercio, se debe llenar con todos los datos de la empresa.

Inscripción en la cámara de comercio: ir a la cámara de comercio con toda la papelería y realizar el registro. Si todo está en orden le cobrarán los derechos de inscripción junto con los demás costos de constitución. Le dirán que el proceso tarda aproximadamente un día y le indicarán cuando debe volver. Algunas cámaras notifican el radicado por medio de mensaje de texto o por correo electrónico.

Cuando se haya completado, le entregarán una versión preliminar de la matrícula mercantil la cual servirá para crear la cuenta de ahorros. También le darán una segunda versión del PRE-RUT.

Crear cuenta de ahorros: con la papelería debe ir a una entidad financiera para crear una cuenta de ahorros a nombre de la empresa. Dependiendo de las políticas del Banco, deberá presentar diferentes documentos. La mayoría pedirá el balance inicial, así que tengan cerca el teléfono de su contador.

Le entregarán una carta dirigida a la DIAN, donde certifican y detallan la existencia de la cuenta.

Tramitar el RUT definitivo: ir a la DIAN para diligenciar el RUT definitivo. Necesitará: la cédula del representante legal con su respectiva copia, la versión previa del registro mercantil y la constancia de titularidad de la cuenta de ahorros (suministrada por el banco en el paso 4).

En este punto, todavía NO es posible expedir la resolución de facturación, pues necesita tener la matrícula definitiva.

Tramitar el registro mercantil definitivo: Con el RUT podrá terminar el registro en la cámara de comercio. El proceso es simple, y al completarlo ya podrá solicitar copias de la matrícula mercantil.

Resolución de facturación y firma digital: para solicitar la resolución de facturación se necesita llenar un formulario que puede ser descargado en la página de la DIAN, llevar la cédula del representante legal (original y copia), y el registro mercantil definitivo.

Es conveniente aprovechar para solicitar la firma digital y así dejar todo listo.

12. Estudio Financiero

12.1. Ingresos

12.1.1. Fuentes de financiación.

Tabla 58 Recursos necesarios

Descripción	Unidad de medida	Cant	Valor unitario	Aporte del emprendedor	Aporte de fondo emprender
Mano de obra operacional	Mes	3	\$ 4.655.592	\$ 0	\$ 13.966.776
Mano de obra administrativa	Mes	3	\$ 3.280.000	\$ 0	\$ 9.840.000
Gastos administrativos	Mes	3	\$ 4.954.000	\$ 0	\$ 4.954.000
Gastos ventas	Mes	3	\$ 3.780.000	\$ 0	\$ 11.340.000
Costos materia prima	Mes	3	\$ 3.866.755	\$ 0	\$ 11.600.265
Cif	Mes	3	\$ 320.000	\$ 0	\$ 960.000
Total inversiones					\$12.165.000
Total					\$ 64.826.041

El capital de trabajo que se requiere son todos los costos y gastos en los que incide la empresa los tres primeros meses de puesta en marcha, debido a que estos meses serán el periodo

improductivo de la empresa; esos costos y gastos son los siguientes, los costos de mano de obra operacional \$13.996.776 son los salarios de las 3 personas encargadas de la producción y 1 persona adicional encargada de atender el punto de venta. En cuanto a la mano de obra administrativa se cuentan los salarios del gerente general, el gerente operativo, y el contador que será contratado ocasionalmente. Los gastos de ventas se incluyen todos los costos de las estrategias de comunicación, distribución y promoción, entre las cuales está la implementación de una APP, que facilitara la interacción del mercado objetivo con la creación de sus prendas de vestir. Adicional a esto se suma el costo de la maquinaria, muebles y enseres, materiales y demás implementos necesarios para la producción requerida por la empresa, que asciende a \$12.165.000 en inversiones.

El capital de trabajo requerido será el 100% financiado, ya que los emprendedores no cuentan con los recursos necesarios, este dinero será utilizado para las inversiones requeridas en maquinaria y equipo, para la mano de obra tanto operacional como administrativa de los primeros tres meses, y para todos los gastos y costos que se generaran en este periodo de tiempo. El monto total a financiar es de \$ 64.826.041 los cuales se esperan que sean aportados por el fondo emprender luego de que el proyecto sea presentado y aprobado por el fondo.

Tabla 59 Criterios de decisión

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	15%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	27,22%
VAN (Valor actual neto)	\$ 40.915.955
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	2,8
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses	3 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)	100,00%

El proyecto tiene una Tasa Interna de Retorno del 27,22% lo que por solo pocos puntos casi alcanza a triplicar la tasa mínima de rendimiento a la que se aspira con la inversión que es del 10%, en cuanto a el periodo de recuperación de la inversión se establece que son 2,8 años es decir que para el segundo año de funcionamiento de la empresa se recuperara el monto invertido y la empresa empezara a generar ganancias y rentabilidad a partir del tercer año de actividad productiva de Sahian diseños. Con referencia al Valor presente Neto arroja un resultado de \$40.915.955 (Cuarenta millones novecientos quince mil novecientos cincuenta y cinco pesos).

12.2. Modelo financiero

12.2.1. Balance general

Tabla 60 Balance general de Sahian Diseños

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo						
Efectivo	58.184.717	29.822.749	18.820.420	48.284.435	122.985.929	252.668.241
Cuentas X Cobrar	0	0	0	0	0	0
Provisión Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Inventarios Materias Primas e Insumos	0	1.450.033	2.319.379	2.855.449	3.529.520	4.494.383
Inventarios de Producto en Proceso	0	746.279	1.287.403	1.397.613	1.501.434	1.670.924
Inventarios Producto Terminado	0	2.611.977	4.505.909	4.891.646	5.255.018	5.848.233
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Gastos anticipados	0	0	0	0	0	0

Total Activo Corriente:	58.184.717	34.631.037	26.933.111	57.429.143	133.271.901	264.681.781
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo de Operación	6.710.000	6.039.000	5.368.000	4.697.000	4.026.000	3.355.000
Muebles y Enseres	1.915.000	1.532.000	1.149.000	766.000	383.000	0
Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina	3.540.000	2.832.000	2.124.000	1.416.000	708.000	0
Semovientes pie de cria	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Total Activos Fijos:	12.165.000	10.403.000	8.641.000	6.879.000	5.117.000	3.355.000
Total Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
Activo	70.349.717	45.034.037	35.574.111	64.308.143	138.388.901	268.036.781

En el balance general revisando solamente la parte de activos se puede evidenciar que para el año 2 es en el cual se presenta el punto de equilibrio, aquí el activo disminuye pero para el año 3

muestra un crecimiento que se mantiene en aumento para los siguientes años. El activo corriente siempre es superior al activo fijo debido a que en maquinaria y equipo es menor la cantidad de millones que se necesitan para comprar la maquinaria requerida para implementar la producción de la empresa.

Pasivo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cuentas X Pagar Proveedores	5.523.676	5.523.676	9.582.103	10.408.68 2	11.187.336	12.458.511
Impuestos X Pagar	0	0	0	3.289.964	17.646.585	45.885.307
Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0
Otros pasivos a LP		0	0	0	0	0
Obligación Fondo Emprender (Contingente)	- 25.315.68 0	- 38.834.03 2	- 14.216.54 4	64.826.04 1	64.826.041	64.826.041
PASIVO	70.349.71 7	70.349.71 7	74.408.14 4	78.524.68 7	93.659.962	123.169.859
Patrimonio						
Capital Social	0	0	0	0	0	0

Reserva Legal Acumulada	0	0	0	0	0	0
Utilidades Retenidas	0	0	- 17.720.97 6	- 32.500.11 5	- 19.701.615	25.399.773
Utilidades del Ejercicio	0	- 25.315.68 0	- 21.113.05 7	18.283.57 2	64.430.554	119.467.150
Revalorización patrimonio	0	0	0	0	0	0
Patrimonio	0				44.728.939	144.866.923
Pasivo + patrimonio	70.349.71 7	45.034.03 7	35.574.11 1	64.308.14 3	138.388.901	268.036.781

El Pasivo de Sahian diseños aumenta paulatinamente debido a que a través de los años las cuentas por pagar aumentan eso se debe a que cada vez se compra más materia prima ya que la empresa cada vez produce más, adicional a esto a partir del tercer año se empiezan a pagar impuestos los cuales también van aumentando cada año.

12.2.2. Estado de resultados

Sahian Diseños en su estado de resultados arroja resultados negativos los dos primeros años de operación, debido a que el punto de equilibrio (donde se genera la recuperación de la inversión inicial) se da en el año 2, es por esto que a partir de año 3 ya se reflejan las utilidades netas positivas en el estado de resultados.

Flujo de caja

Tabla 61 Estado de resultados Sahian Diseño

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Estado de resultados					
Ventas	165.358.547	281.885.011	347.036.126	428.959.118	545.583.600
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia prima, mano de obra	132.568.226	229.970.468	249.808.366	268.496.066	299.004.274
Depreciación	1.762.000	1.762.000	1.762.000	1.762.000	1.762.000
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros costos	3.840.000	3.993.600	4.153.344	4.319.478	4.492.257
Utilidad bruta	27.188.320	46.158.943	91.312.416	154.381.574	240.325.069
Gasto de ventas	11.340.000	11.413.600	11.646.144	11.887.990	12.139.509

Gastos de administración	41.164.000	55.858.400	58.092.736	60.416.445	62.833.103
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización gastos	0	0	0	0	0
Utilidad operativa	- 25.315.680	- 21.113.057	21.573.536	82.077.139	165.352.456
Otros ingresos y egresos	0	0	0	0	0
Utilidad antes de impuestos	- 25.315.680	- 21.113.057	21.573.536	82.077.139	165.352.456
Impuesto renta +cree	0	0	3.289.964	17.646.585	45.885.307
Utilidad neta final	- 25.315.680	- 21.113.057	18.283.572	64.430.554	119.467.150

Tabla 62 Flujo de caja Sahian Diseños

Flujo de caja					
Flujo de Caja Operativo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Operacional	-	-	21.573.536	2.077.139	165.352.456
	25.315.680	21.113.057			
Depreciaciones	1.762.000	1.762.000	1.762.000	1.762.000	1.762.000
Amortización Gastos	0	0	0	0	0
Agotamiento	0	0	0	0	0
Provisiones	0	0	0	0	0
Impuestos	0	0	0	-	-
				3.289.964	17.646.585
Neto Flujo de Caja operativo	-	-	23.335.536	80.549.175	149.467.872
	23.553.680	19.351.057			
Flujo de Caja Operativo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Operacional	-	-	21.573.536	82.077.139	165.352.456
	25.315.680	21.113.057			
Depreciaciones	1.762.000	1.762.000	1.762.000	1.762.000	1.762.000
Amortización Gastos	0	0	0	0	0
Agotamiento	0	0	0	0	0
Provisiones	0	0	0	0	0
Impuestos	0	0	0	-	-
				3.289.964	17.646.585
Neto Flujo de Caja Operativo	-	-	23.335.536	80.549.175	149.467.872
	23.553.680	19.351.057			

El flujo de caja operativo se ve afectado y arroja relación directa con la utilidad operacional, por ello es que en el año 1 y en el año 2 el neto flujo de caja operativo nos da resultados negativos.

Tabla 63 Flujo de caja inversión

Flujo de caja inversión						
variación cuentas por cobrar		0	0	0	0	0
Variación inv. Materias primas e insumos ³		-1.450.033	-869.346	-536.070	-674.071	-964.863
Variación inv. Prod. En proceso		-746.279	-541.124	-110.211	-103.821	-169.490
Variación inv. Prod. Terminados		-2.611.977	-1.893.932	-385.737	-363.372	-593.215
Var. Anticipos y otros cuentas por cobrar		0	0	0	0	0
Otros activos		0	0	0	0	0
Variación cuentas por pagar		0	4.058.427	826.579	778.654	1.271.175
Variación acreedores varios		0	0	0	0	0
Variación otros pasivos		0	0	0	0	0
Variación del capital de trabajo	0	-4.808.289	754.024	-205.439	-362.609	-456.393
Inversión en terrenos	0	0	0	0	0	0
Inversión en construcciones	0	0	0	0	0	0
Inversión en maquinaria	-6.710.000	0	0	0	0	0

y equipo						
Inversión en muebles	-1.915.000	0	0	0	0	0
Inversión en equipo de transporte	0	0	0	0	0	0
Inversión en equipos de oficina	-3.540.000	0	0	0	0	0
Inversión en semovientes	0	0	0	0	0	0
Inversión cultivos permanentes	0	0	0	0	0	0
Inversión otros activos	0	0	0	0	0	0
Inversión activos fijos	-12.165.000	0	0	0	0	0
Neto flujo de caja inversión	-12.165.000	-4.808.289	754.024	-205.439	-362.609	-456.393

Tabla 64 Flujo de caja de financiamiento

Flujo de caja financiamiento						
Desembolsos Fondo Emprender	64.826.041					
Desembolsos pasivo largo plazo	0	0	0	0	0	0
Amortizaciones pasivos largo plazo	0	0	0	0	0	0
Intereses pagados	0	0	0	0	0	0
Dividendos pagados	0	7.594.704	6.333.917	-	5.485.071	-19.329.166
Capital	0	0	0	0	0	0

Neto flujo de caja financiamiento	64.826.041	0	7.594.704	6.333.917	- 5.485.071	-19.329.166
Neto periodo	52.661.041	- 28.361.968	-11.002.328	29.464.014	74.701.494	129.682.313
Saldo anterior		58.184.717	29.822.749	18.820.420	48.284.435	122.985.929
Saldo siguiente	52.661.041	29.822.749	18.820.420	48.284.435	122.985.929	252.668.241

12.3.Egresos

12.3.1. Capital de trabajo.

Tabla 65 Capital de trabajo

Descripción	Unidad medida	Cant	Valor unitario	Total
Mano de obra operacional	Mes	3	\$ 4.655.592	\$ 13.966.776
Mano de obra administrativa	Mes	3	\$ 3.280.000	\$ 9.840.000
Gastos administrativos	Mes	3	\$ 4.954.000	\$ 4.954.000
Gastos ventas	Mes	3	\$ 3.780.000	\$ 11.340.000
costos materia prima	Mes	3	\$ 3.866.755	\$ 11.600.265

Cif	Mes	3	\$ 320.000	\$ 960.000
Total			\$ 52.661.041	

El capital de trabajo requerido para la puesta en marcha de Sahian diseños, es de \$52.661.041 (cincuenta y dos millones seiscientos sesenta y un mil cuarenta y un pesos) los cuales están distribuidos en los siguientes rubros, mano de obra operacional para los primeros tres meses, la cual requiere de \$ 13.966.776 (Trece Millones novecientos sesenta y seis mil setecientos setenta y seis pesos) para pagar el salario de las 3 operarias requeridas para la producción y una asesora comercial encargada de atender a las clientes. La mano de obra administrativa está dividida en los salarios del gerente administrativo y el gerente de producción, además del pago al contador que prestara sus servicios como FreeLancer, lo cual nos da \$9.840.000 (Nueve millones ochocientos cuarenta mil pesos). El siguiente rubro son los gastos administrativos con \$ 4.954.000 (Cuatro millones novecientos cincuenta y cuatro mil pesos) ; los gastos de ventas suma un total de \$ 11.340.000 (Once millones trescientos cuarenta mil pesos) en los cuales están contados los gastos de distribución, comunicación y comercialización de los productos; los costos de materia prima para los tres primeros meses de operación de Sahian diseños ascienden a \$11.600.265 (Once millones seiscientos mil doscientos sesenta y cinco pesos) y el último rubro del capital de trabajo son los costos indirectos de fabricación los cuales arrojan un total de \$960.000 (Novecientos sesenta mil pesos).

12.4. Identificación y análisis de riesgos

12.4.1. Sensibilización

En un escenario en el cual la empresa no utilice el 100% de capacidad instalada, si no que por el contrario opere apenas con el 85% de su capacidad instalada, estos serían los resultados financieros que obtendría.

Tabla 66 Estado de resultados con riesgo de producción

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	124.222.961	198.830.461	214.936.156	232.559.738	251.681.485
Devoluciones y rebajas	0	0	0	0	0
en ventas					
Materia Prima, Mano de Obra	67.493.079	79.119.918	75.551.517	71.019.386	67.398.852
Depreciación	1.762.000	1.762.000	1.762.000	1.762.000	1.762.000
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	3.840.000	3.993.600	4.153.344	4.319.478	4.492.257
Utilidad Bruta	51.127.882	113.954.944	133.469.294	155.458.874	178.028.376
Gasto de Ventas	11.340.000	11.413.600	11.646.144	11.887.990	12.139.509
Gastos de Administración	41.164.000	55.858.400	58.092.736	60.416.445	62.833.103
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	0	0	0	0	0
Utilidad Operativa	-1.376.118	46.682.944	63.730.414	83.154.438	103.055.763
Otros ingresos					
Intereses	0	0	0	0	0

Otros ingresos y egresos	0	0	0	0	0
Revalorización de Patrimonio	0	0	0	0	0
Ajuste Activos no Monetarios	0	0	0	0	0
Ajuste Depreciación Acumulada	0	0	0	0	0
Ajuste Amortización Acumulada	0	0	0	0	0
Ajuste Agotamiento Acumulada	0	0	0	0	0
Total Corrección Monetaria	0	0	0	0	0
Utilidad antes de impuestos	-1.376.118	46.682.944	63.730.414	83.154.438	103.055.763
Impuesto renta +CREE	0	4.201.465	9.718.888	17.878.204	28.597.974
Utilidad Neta Final	-1.376.118	42.481.479	54.011.526	65.276.234	74.457.789

En cuanto a los criterios de decisión existe una variedad que no representa ningún riesgo para el proyecto, la TIR tiene una disminución pasando de 73,9% a 51,4%, y una rentabilidad del 255% al 151%, la inversión se recuperaba en 1,41 años y con la utilización de solo el 85% de la capacidad instalada se recuperara en el año 2.

Tabla 67 Indicadores de rentabilidad con riesgo de producción

FACTOR	0,397644346
pay back	1,988221732
VPN	79771473,89
Rentabilidad	1,514810053
TIR	0,5148058
TIRV	0,359103091
rel B/C	2,514810053
CAE	23797071,3
valor esperado	43778482,64

En un escenario en el cual los costos de mano de obra y materia prima aumenten en un 20%, la producción se mantenga al 100% de la capacidad instalada y los precios del producto se mantengan constantes.

Tabla 68 Estado de resultados con riesgo de costos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	146.155.808	233.929.0	252.866.065	273.599.691	296.045.988
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	95.285.670	111.731.041	106.417.171	100.262.505	95.132.298
Depreciación	1.762.000	1.762.000	1.762.000	1.762.000	1.762.000

Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	3.840.000	3.993.600	4.153.344	4.319.478	4.492.257
Utilidad Bruta	45.268.138	116.442.918	140.533.550	167.255.708	194.659.433
Gasto de Ventas	11.340.000	11.413.600	11.646.144	11.887.990	12.139.509
Gastos de Administracion	41.164.000	55.858.400	58.092.736	60.416.445	62.833.103
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	0	0	0	0	0
Utilidad Operativa	-7.235.862	49.170.918	70.794.670	94.951.273	119.686.821
Otros ingresos					
Intereses	0	0	0	0	0
Otros ingresos y egresos	0	0	0	0	0
Revalorización de Patrimonio	0	0	0	0	0
Ajuste Activos no Monetarios	0	0	0	0	0
Ajuste Depreciación Acumulada	0	0	0	0	0
Ajuste Amortización Acumulada	0	0	0	0	0
Ajuste Agotamiento Acumulada	0	0	0	0	0
Total Corrección Monetaria	0	0	0	0	0
Utilidad antes de impuestos	-7.235.862	49.170.918	70.794.670	94.951.273	119.686.821
Impuesto renta +CREE	0	4.425.383	10.796.187	20.414.524	33.213.093
Utilidad Neta Final	-7.235.862	44.745.536	59.998.483	74.536.749	86.473.728

En cuanto a los criterios de decisión existe una variedad que no representa ningún riesgo para el proyecto, la TIR tiene una disminución pasando de 73,9% a 53,2%, y una rentabilidad del 255% al 173%, la inversión se recuperaba en 1,41 años y con el aumento de los costos de mano de obra y materia prima se recuperaría en 1,8 años.

Tabla 69 Indicadores de rentabilidad con riesgo de costos

Factor	0,365451994
pay back	1,827259972
VPN	91437340,31
Rentabilidad	1,73633751
TIR	0,531922139
TIRV	0,364772373
rel B/C	2,73633751
CAE	27277180,69
valor esperado	48424207,57

En un escenario en el cual los costos de mano de obra y materia prima aumenten en un 20%, la producción disminuya un 20% de la capacidad instalada y los precios del producto se mantengan constantes.

Tabla 70 Estado de resultados con riesgo de producción y costos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	117.017.978	186.964.862	202.169.883	218.933.977	236.775.951
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	76.291.631	89.304.904	85.071.479	80.227.564	76.090.676
Depreciación	1.762.000	1.762.000	1.762.000	1.762.000	1.762.000
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	3.840.000	3.993.600	4.153.344	4.319.478	4.492.257
Utilidad Bruta	35.124.347	91.904.359	111.183.059	132.624.935	154.431.018
Gasto de Ventas	11.340.000	11.413.600	11.646.144	11.887.990	12.139.509
Gastos de Administración	41.164.000	55.858.400	58.092.736	60.416.445	62.833.103
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	0	0	0	0	0
Utilidad Operativa	-17.379.653	24.632.359	41.444.179	60.320.500	79.458.406
Otros ingresos					
Intereses	0	0	0	0	0
Otros ingresos y egresos	0	0	0	0	0
Revalorización de Patrimonio	0	0	0	0	0
Ajuste Activos no Monetarios	0	0	0	0	0

Ajuste Depreciación	0	0	0	0	0
Acumulada					
Ajuste Amortización	0	0	0	0	0
Acumulada					
Ajuste Agotamiento	0	0	0	0	0
Acumulada					
Total Corrección	0	0	0	0	0
Monetaria					
Utilidad antes de impuestos	-17.379.653	24.632.359	41.444.179	60.320.500	79.458.406
Impuesto renta	0	2.216.912	6.320.237	12.968.907	22.049.708
+CREE					
Utilidad Neta Final	-17.379.653	22.415.446	35.123.942	47.351.592	57.408.698

En cuanto a los criterios de decisión existe una variedad que no convierte el proyecto en inviable, pero que si deja de tener excelentes resultados como los esperados, la TIR tiene una disminución pasando de 73,9% a 27,9%, y una rentabilidad del 255% al 54%, la inversión se recuperaba en 1,41 años y con el aumento de los costos de mano de obra y materia prima se recuperaría en 3,2 años. Convirtiéndolo así en un proyecto poco atractivo para los posibles inversionistas debido a su alto nivel de riesgo.

Tabla 71 Indicadores de rentabilidad con riesgo de producción y costo

FACTOR	0,646949553
pay back	3,234747766
VPN	28737950,08
rentabilidad	0,545715574
TIR	0,279247254
TIRV	0,218028211
rel B/C	1,545715574
CAE	8572977,454
valor esperado	28814405,29

12.4.2. Metas sociales del plan de negocio

Metas sociales. Las metas sociales que quiere cumplir Sahian Diseños están integradas por el espíritu de emprendimiento como motor dinamizador de la economía en Colombia, como una nueva orientación de la actividad económica en el departamento del meta pues en lo ha últimos años solo se ha hablado de la explotación minero energética que tanto daño hace a nuestra región, y como fuente de empleo para las madres cabeza de familia que hoy en día no cuentan con mejores alternativas de trabajo que les permita cumplir tanto con sus obligaciones laborales como de madre.

Plan nacional de desarrollo: De acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo “Juntos construyendo un nuevo país” el proyecto de confecciones estará enmarcado en el aparatado de Crecimiento Sostenible Y Competitividad donde se estará inmerso en dos pilares:

Innovación para la prosperidad: El factor innovador en el proyecto de confecciones está dada en la organización de la empresa puesto que su talento humano estará integrado por mujeres madres cabezas de familia de la ciudad de Villavicencio – Meta, junto con la orientación del mercado que es a mujeres cristianas – no católicas.

Emprendimiento empresarial: Como lineamiento estratégico para ayudar al emprendimiento empresarial en el país el gobierno busca fortalecer el Fondo Emprender, programa de capital semilla al que el proyecto concursara.

Plan regional de desarrollo. Dentro del Plan de Desarrollo del departamento del Meta “Gobierno Seguro”, el proyecto se encuentra enmarcado dentro de dos Ejes:

Seguridad económica para el desarrollo: bajo la estrategia de emprendimiento, empleo y trabajo; con lo cual busca el “apalancamiento financiero y técnico a iniciativas de emprendimiento social, rural y de innovación. A su vez participaremos en la activación de nodos físicos y virtuales que fomenten iniciativas de emprendimiento y asociatividad alrededor de las tic” (Amaya, 2015, p13).

Mujer, agente del desarrollo: con la estrategia inclusión económica para las mujeres, que busca la “articulación con entidades del orden nacional, local y del sector público y privado para ampliar la oferta laboral hacia las mujeres. y a la diversificación productiva de proyectos, iniciativas de emprendimiento y encadenamiento liderados por mujeres” (Amaya, 2015, p18).

Clúster o cadena productiva: La cadena productiva a la que hace parte el proyecto es: *Cadena textil – confecciones*, Integrado por el sector de fibras, hilos, textiles y en el último

eslabón de la cadena se encuentra el proyecto de confecciones, en este caso de ropa femenina para evangélicas.



Actualmente en el departamento del Meta no se cuenta con un Clúster de confecciones.

13. Estudio ambiental

Es el conjunto de efectos positivos y negativos que una actividad económica, en marcha o proyectada, ejerce sobre el nivel de vida y el ambiente físico de su zona de influencia. El concepto de impacto ambiental y la evaluación del mismo consideran que el crecimiento económico real y a largo plazo debe estar sustentado con un plan de protección ambiental. Por lo general, la evaluación del impacto ambiental es un estudio formal que origina decisiones en el nivel gerencial dentro del proceso de planificación de grandes proyectos dedicados al uso intensivo de mano de obra local, recuperación y protección de los recursos naturales o de minimización de desechos en general.

Proexport Colombia identifica los siguientes beneficios:Textiles

La reducción de emisiones de gases que contribuyen al efecto invernadero.

Reducción del volumen de desechos textiles que son enviados a rellenos sanitarios.

La reducción del consumo de recursos escasos como tierra, energía pesticida y agua, que normalmente son requeridos en la cadena de producción del sector.

Menor dependencia de materias primas derivadas del petróleo (sobre todo para las empresas que producen a partir de botellas PET)

Imagen positiva que puede mostrar a sus clientes en sus estrategias de mercado y ventas, lo cual se puede traducir en un factor de diferenciación, de valor agregado y en una ventaja competitiva. (ECO, 2014)

A pesar de pertenecer a la industria textil la cual es altamente contaminante, SAHIAN Diseños no se encarga de la elaboración de telas directamente, si no por el contrario es una empresa manufacturera donde convertimos los textiles en prendas que satisfagan la necesidad de las mujeres pertenecientes a iglesias evangélicas en la ciudad de Villavicencio, por lo cual no la hace una empresa altamente contaminante.

Sin embargo es necesario que SAHIAN Diseños disponga de sus residuos de telas e hilos, en un sitio específico para ser almacenado y posteriormente vendido a empresas encargadas de comprar los retazos de tela, ya sea para la fabricación de peluches, adornos, manualidades, almohadas, colchones, e incluso la producción de más tela.

Disposición final de todos los residuos sólidos en los lugares adecuados, seleccionándolos por tipo de material y así logrando dar una correcta disposición final, como es el caso de las agujas, alfileres y demás material metálico y corto punzante.

También se emplearan políticas para el ahorro de recursos, tanto de materia prima, como de servicios públicos tales como luz y agua, utilizando la menor cantidad necesaria para el desarrollo de la producción de SAHIAN Diseños.

14. Evaluación del proyecto

14.1. Evaluación financiera o privada

14.1.1. Flujo de fondos.

Tabla 72 Flujo de fondos

Flujo de fondos					
Flujo de Fondo					
Operativo					
Utilidad	8.645.	67.813.	88.327.	111.66	135.542.4
Operacional	110	495	703	1.559	74
Depreciaciones	1.762.	1.762.0	1.762.0	1.762.0	
	000	00	00	00	1.762.000
Amortización					
Gastos	0	0	0	0	0
Agotamiento	0	0	0	0	0
Provisiones	0	0	0	0	0
Impuestos		-	-	-	-
		778.06	6.103.2	13.469.	24.007.23
	0	0	15	975	5
Neto Flujo de	10.40	68.797.	83.986.	99.953.	113.297.2
fondo Operativo	7.110	435	489	584	39
Neto Flujo de	-	-	154.81	-	-163.229

fondo Inversión	12.165.	2.920.	7	147.99	174.47	
	000	368		4	5	
Neto Flujo de			-	-	-	-
fondo	64.826.		2.360.1	18.513.	22.457.	26.296.29
Financiamiento	041	0	15	084	319	7
Neto Periodo						
	52.661.	7.486.	66.592.	65.325.	77.321.	86.837.71
	041	742	138	410	791	3
Saldo anterior		55.96	63.456.	130.04	195.37	272.695.6
		9.570	312	8.449	3.860	50
Saldo siguiente						
	52.661.	63.45	130.04	195.37	272.69	359.533.3
	041	6.312	8.449	3.860	5.650	63

Cada vez que se realiza una inversión es interés del inversor saber si la misma cumplirá con su retorno esperado. La manera que tiene el inversor para analizar la viabilidad de la operación es calcular el Valor Actual Neto de la misma. La expresión flujo de fondos hace referencia a un monto de dinero generado por un activo real o financiero para sus poseedores.

El flujo de fondos de Sahian diseños es positivo desde el primer periodo y aumentan a medida que pasan los años llegando a \$359.533.363 en el quinto año.

Indicadores de rentabilidad

Tabla 73 Indicadores de rentabilidad

Factor	0,28
Payback	1,41
Vpn	\$ 134.537.585,67
Rentabilidad	255,48%
Tir	73,90%
Tirv	46%

El Payback o periodo de recuperación de la inversión en el proyecto de confecciones Sahian diseños es de 1,41 es decir que antes de la mitad del segundo año la empresa ya abra recuperado la inversión inicial viéndose reflejado en los estado de resultados de los años anteriores.

El criterio de decisión de acuerdo al Valor Presente Neto - VPN está dado por:

Si el $VPN > 0$ conviene hacer el proyecto

Si el $VPN = 0$ el proyecto es indiferente

Si el $VPN < 0$ no conviene hacer el proyecto

Ahora bien, al analizar el VPN de Sahian Diseños se determina que es conveniente invertir en la misma ya que es superior a cero y el valor del dinero que se le otorgaría al día de

hoy a los inversionistas es de \$ 134.537.585,67 pesos luego de haber recuperado la inversión inicial.

La tasa interna de retorno - TIR es otro criterio que ratifica la viabilidad de Sahian Diseños puesto que según lo establecido se debe invertir en un proyecto que presenta flujos de fondos negativos al inicio (inversión) cuando la $TIR > i$ (tasa de oportunidad), de lo contrario cuando la $TIR = i$ el proyecto es indiferente o si la $TIR < i$ se recomienda no invertir. Para este caso la TIR es del 73,90% lo que indica que se debe invertir. Tomando en cuenta la tasa de reinversión se obtiene una Tasa Interna de Retorno Verdadera –TIRV del 46% con una rentabilidad del 255% sobre la inversión inicial.

14.2. Evaluación económica y social

Tabla 74 Evaluación económica y social

Relación B/C	3,55
CAE	\$ 40.134.654,20
Valor esperado	60.712.759
Varianza	769.445.137.870.561
Desviación	27.738.874,13
Relación R/R	45,68870655

La relación beneficio costo nos arroja un resultado de 3,55 lo que significa que el proyecto de crear una empresa de ropa para mujeres cristianas no católicas de la ciudad de

Villavicencio, generara por cada peso COP invertido una ganancia de 2,55 pesos COP, lo cual representa que el proyecto es altamente rentable y atractivo para que se invierta en ella.

Además generara beneficio para la comunidad en la cual se va a localizar la empresa, que será en la ciudad de Villavicencio, esto se debe a la satisfacción de la demanda, a la generación de empleo de las mujeres cabeza de familia, y por su puesto el aporte que generara la empresa a la economía regional.

El costo anual equivalente para Sahian Diseños es de \$40.134.654, una cifra baja que al ser comparada con otros proyectos fácilmente puede ser la mejor opción.

El valor esperado \$60.712.759, con una desviación estándar de \$ 27.738.874,13 que es el valor que se puede ganar con el proyecto o que por el contrario si las cosas salen mal la cantidad de dinero que se puede llegar a perder. En cuanto a la relación rentabilidad- Riesgo, para este proyecto es de 45,68% debido a que la relación rentabilidad-riesgo es directamente proporcional a mayor nivel de rentabilidad mayor nivel de riesgo, por lo tanto este proyecto se puede considerar como una inversión agresiva

15. Conclusiones

Sahian Diseños tiene como público objetivo mujeres cristianas- no católicas de Villavicencio–Meta, en un rango de edad de 15 a 35 años, las cuales quieren sentirse bellas, modernas y siempre siguiendo los principios que estipulan su fe, la prenda que más compran son camisas y vestidos con una frecuencia de compra de entre 3 a 6 meses y los lugares donde más compran son en los almacenes de cadena y centros comerciales. El proyecto de pre inversión es aceptado en la población indicando que hace falta un lugar dedicado solo para ellas.

En cuanto a proveedores, el sector del centro de Villavicencio alberga alrededor de 15 establecimientos dedicados a la comercialización y venta de textiles al por mayor y al detal sumados a estos se encuentran establecimiento que venden insumos tales como hilos, hilazas, cremalleras, botones lo que quiere decir que el suministro de materia prima es constante y a precios competitivos.

Otro factor esencial es la competencia, sin embargo para Sahian diseños no existe competidores directos puesto que el segmento del mercado al que se dirige no existe ninguna empresa dedicada a suplir este mercado mujeres cristianas – no católicas.

Para el funcionamiento de Sahian Diseños se requiere la compra de maquinaria tales como 2 máquinas planas, 1 fileteadora, 1 collarín, 1 maquina cortadora y 2 planchas que suman un valor de \$6.710.000 pesos; con esta maquinaria para el año 1 se podrá obtener una producción de 2961 prendas entre vestidos, camisas y faldas.

De acuerdo a la matriz cualitativa por puntos se decidió que la ubicación del proyecto será en el sector de cielos abiertos gracias a la cercanía del mercado, a los bajos costos en transporte de materia prima e insumos y a la fácil consecución de suministros. El local estará dividido en 3 zonas: al frente de la calle quedara el punto de venta, al fondo el área de producción y un altillo donde se encuentre el área administrativa y operativa.

Sahian Diseños será matriculada como una empresa con sociedad por acciones simplificadas, siguiendo los requisitos y normas que indica la ley 1258 de 2008 por medio de la cual se crean este tipo de sociedades y su parte organizacional será conformada por 1 gerente administrativa, 1 gerente operativa, 3 operarias y 1 una asesora de venta.

La rentabilidad de Sahian Diseños es del 255% lo que indica que es un proyecto que puede generar grandes márgenes de ganancia para los inversionistas.

La tasa interna de retorno de este proyecto equivale al 73,9% siendo una cifra bastante atractiva para los posibles inversionistas ya que superan claramente la tasa inversionista exigida que es del 30%.

16. Recomendaciones

Capacitar e incentivar adecuadamente a los posibles clientes en cuanto al correcto uso de las ayudas digitales que SAHIAN Diseños les brinda como la aplicación para el diseño de su vestuario.

Ampliar el mercado objetivo de SAHIAN Diseños, incursionando en el mercado con una línea infantil dirigida a los niños y niñas pertenecientes también a las iglesias cristianas no católicas.

Ampliar el mercado objetivo de SAHIAN Diseños, incursionando en una línea masculina, para los hombres pertenecientes a las iglesias cristianas no católicas

Referencias

- Alonso, A. (2013). *Moda, personalidad y estilo: coaching de imagen e identidad personal*. Madrid, España: CEU Ediciones
- Amaya, M. (2015). *Gobierno Seguro, Plan de gobierno*. Recuperado de <http://candidatosconlaeducacion.esap.edu.co/wp-content/uploads/2015/12/META-Programa-de-Gobierno-MARCELA-AMAYA-GARC%C3%8DA.pdf>
- Amnistía Internacional. (2012). *Elección y prejuicio: discriminación de personas musulmanas en Europa*. Recuperado de <file:///C:/Users/FUNDACION%20AMANECEER/Documents/Downloads/eur010012012es.pdf>
- Blancher.K. & O'connor.M (1997). *Administración por valores*, Bogotá, Colombia: Norma.
- Brovender, J. (Marzo de 2015). *La Yeshiva*. Recuperado de <http://www.webyeshiva.org/>
- Congreso de la República de Colombia. (4 de abril de 2015). *senado*. Recuperado de http://www.secretariassenado.Gov.Co/Senado/Basedoc/Ley_1480_2011.Html
- Caracol Radio. (5 de mayo de 2012). *Crecimiento del cristianismo no puede ser “una moda”, dice presidente de iglesias evangélicas*. Recuperado de http://caracol.com.co/radio/2012/04/05/nacional/1333641060_665688.html
- Chiavenato.I.(2003). *Introducción a la teoría general de la administración*. México: Mc graw hill.
- Congreso de la República de Colombia. (4 de abril de 2015). *senado*. Recuperado de http://www.secretariassenado.Gov.Co/Senado/Basedoc/Ley_1480_2011.Html
- DANE. (2015). *Departamento Administrativo Nacional de Estadística*. Recuperado de <http://www.dane.gov.co/index.php/poblacion-y-demografia/proyecciones-de-poblacion>

- Egg, E. A. (1993). *Técnicas de investigación social* 24ª edición . Buenos aires : Lumen .
- Hamel. G. & Breen B.(2008). *El futuro de la administración*. Bogotá, Colombia: Norma.
- Iglesia.net. (marzo de 2015). iglesia.net. Recuperado de <http://www.iglesia.net/biblia/>
- Juan Manuel Delgado, J. G. (2000). *Metodos y tecnicas cualitativas de investigacion en ciencias*.
Recuperado de
<http://www.uhu.es/publicaciones/ojs/index.php/trabajo/article/viewFile/233/404>
- DANE. (2015). *Departamento Administrativo Nacional de Estadística*. Recuperado de
<http://www.dane.gov.co/index.php/poblacion-y-demografia/proyecciones-de-poblacion>
- Fondo emprender. (s.f). *El fondo emprender*. Recuperado de
<http://www.fondoemprender.com/SitePages/QueEsFondoEmprender.aspx>
- Gil.M. A. (1998).*Como crear y hacer funcionar una empresa: Conceptos e instrumentos*. Esic Editorial.
- Gonzales, A & García, A. (2008). *Distinción social y moda*. España: EUNSA
- Ministerio del interior. (Agosto de 2015). Ministerio del interior. Recuperado de
<https://www.mininterior.gov.co/mision/asuntos-religiosos/registro-publico-de-entidades-religiosas>
- Oficina de información diplomática. (2015). Colombia, república de Colombia. Recuperado de
http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/colombia_FICHA%20PAIS.pdf
- Brovender, J. (Marzo de 2015). *La Yeshiva*. Obtenido de <http://www.webyeshiva.org/>
- Colombia, C. P. (1991). *Constitucion Politica de Colombia* . Bogota DC, Colombia.
- Congreso de la República de Colombia. (4 de abril de 2015). *senado*. Obtenido de
http://www.secretariasenado.Gov.Co/Senado/Basedoc/Ley_1480_2011.Html
- DANE. (2015). *Departamento Administrativo Nacional de Estadística*. Obtenido de
<http://www.dane.gov.co/index.php/poblacion-y-demografia/proyecciones-de-poblacion>

- DANE. (08 de 2016). *Departamento Administrativo Nacional de Estadística*. Obtenido de http://www.dane.gov.co/files/geoestadistica/Estratificacion_en_SPD.pdf
- ECO, R. p. (Mayo de 2014). ¿Como reciclar los residuos textiles? *Periodico el ECO*, pág. 2.
- Egg, E. A. (1993). *Tecnicas de investigacion social 24ª edicion* . Buenos aires : Lumen .
- Iglesia.net. (marzo de 2015). *iglesia.net*. Obtenido de <http://www.iglesia.net/biblia/>
- Juan Manuel Delgado, J. G. (2000). *Metodos y tecnicas cualitativas de investigacion en ciencias sociales* . Bogota : Sintesis .
- Marcela Amaya. (2015). Gobierno Seguro. *Plan de gobierno* , 13-18.
- Ministerio del interior. (Agosto de 2015). *Ministerio del Interior*. Obtenido de <https://www.mininterior.gov.co/mision/asuntos-religiosos/registro-publico-de-entidades-religiosas>
- Oficina de informacion Diplomatica . (Abril de 2015). *Oficinadeinformaciondiplomatica*. Obtenido de Exteriores..gov: http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/colombia_FICHA%20PAIS.pdf
- Paniza, R. (21 de febrero de 2015). *Sagrado koran i kerim*. Obtenido de <http://www.coran.org.ar/>
- Prieto, V. (Junio de 2012). *Scielo*. Obtenido de [scielo.org.co](http://www.scielo.org.co): http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-89422012000100010&script=sci_arttext
- Procolombia.co. (2014). *Invierta en Colombia*. Obtenido de http://www.inviertaencolombia.com.co/images/Adjuntos/Inversi%C3%B3n_en_Sistema_de_moda.pdf
- Real Academia Española*. (s.f.). Obtenido de <http://www.rae.es/>
- SENA. (21 de febrero de 2015). *Fondo emprender*. Obtenido de <http://www.fondoemprender.com/SitePages/MapadelSitio.aspx>
- Serna, A., & Ruiz, J. (12 de Febrero de 2015). *RCN la radio* . Obtenido de <http://www2.rcnradio.com.co/noticias/unas-7-mil-entidades-religiosas-en-colombia-poseen-patrimonio-de-97-billones-y-mueven>
- Trías. F. & Kotler.P.(2011).*Innovar para ganar*. Bogotá. Colombia: Norma.

Anexos

Anexo 1 Logotipo de Sahian Diseños



Anexo 2 Empaque para los productos de la empresa SAHIAN



Anexo 3 Imagen de diseño de estrategia en redes sociales



Anexo 4 Reglamento interno de Sahian Diseños.

Sahian diseños: reglamento interno de trabajo

Capítulo I

Artículo 1. El presente es el reglamento interno de trabajo prescrito por la empresa Sahian diseños, domiciliada en la ciudad de Villavicencio y a sus disposiciones quedan sometidas tanto la Empresa como todos sus trabajadores.

Capítulo II

Condiciones de admisión

Artículo 2. Quien aspire a desempeñar un cargo en la empresa debe hacer la solicitud por escrito para su registro como aspirante y acompañar los siguientes documentos:

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

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

c) Certificado del último empleador con quien haya trabajado en que conste el tiempo de servicio, la índole de la labor ejecutada y el salario devengado.

d) Certificado de personas honorables sobre su conducta y capacidad y en su caso del plantel de educación donde hubiere estudiado.

Parágrafo: El empleador podrá establecer en el reglamento además de los documentos mencionados, todos aquellos que considere necesarios para admitir o no admitir al aspirante, sin embargo, tales exigencias no deben incluir documentos, certificaciones o datos prohibidos expresamente por las normas jurídicas para tal efecto: así es prohibida la exigencia de la inclusión en formatos o cartas de solicitud de empleo “datos acerca del estado civil de las personas, números de hijos que tenga, la religión que profesan o el partido político al cual pertenezca” (Artículo 1º. Ley 13 de 1972); lo mismo que la exigencia de la prueba de gravidez para las mujeres, solo que se trate de actividades catalogadas como de alto riesgo (Artículo 43, C.N. artículos primero y segundo, convenio No. 111 de la OIT, Resolución No 003941 de 1994 del Ministerio de Trabajo), el examen de SIDA (Decreto reglamentario No. 559 de 1991 Art. 22), ni la libreta Militar (Art. 111 Decreto 2150 de 1995).

Periodo de prueba

Artículo 3. La empresa una vez admitido el aspirante podrá estipular con él, un período inicial de prueba que tendrá por objeto apreciar por parte de la empresa, las aptitudes del trabajador y por parte de éste, las conveniencias de las condiciones de trabajo (artículo 76, c.s.t.).

Artículo 4. El período de prueba debe ser estipulado por escrito y en caso contrario los servicios se entienden regulados por las normas generales del contrato de trabajo (artículo 77, numeral primero, c.s.t.).

Artículo 5. El período de prueba no puede exceder de dos (2) meses. En los contratos de trabajo a término fijo, cuya duración sea inferior a un (1) año el período de prueba no podrá ser superior a la quinta parte del término inicialmente pactado para el respectivo contrato, sin que pueda exceder de dos meses.

Artículo 6. Durante el período de prueba, el contrato puede darse por terminado unilateralmente en cualquier momento y sin previo aviso, pero si expirado el período de prueba y el trabajador continuare al servicio del empleador, con consentimiento expreso o tácito, por ese solo hecho, los servicios prestados por aquel a éste, se considerarán regulados por las normas del contrato de trabajo desde la iniciación de dicho período de prueba. Los trabajadores en período de prueba gozan de todas las prestaciones (artículo 80, c.s.t.).

Capítulo III

Horario de trabajo

Artículo 7. Las horas de entrada y salida de los trabajadores, son las que a continuación se expresan así:

Días laborados: de lunes a sábado

Lunes a Sábado: Horario de 8:00 a.m. a 12:00 m y horario de 12:00 m a 6:00 pm

Capítulo IV

Las horas extras

Artículo 9. Trabajo suplementario o de horas extras es el que se excede de la jornada ordinaria y en todo caso el que excede la máxima legal (artículo 159, c.s.t.).

Artículo 10. El trabajo suplementario o de horas extras, a excepción de los casos señalados en el artículo 163 del c. S. T., sólo podrá efectuarse en dos (2) horas diarias y mediante

autorización expresa del ministerio de la protección social o de una autoridad delegada por éste. (Artículo primero, decreto 13 de 1.967).

Artículo 11. Tasas y liquidación de recargos.

1. El trabajo nocturno, por el sólo hecho de ser nocturno se remunera con un recargo del treinta y cinco por ciento (35%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno, con excepción del caso de la jornada de treinta y seis (36) horas semanales prevista en el artículo 20 literal c) de la ley 50 de 1.990.

2. El trabajo extra diurno se remunera con un recargo del veinticinco por ciento (25%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno.

3. El trabajo extra nocturno se remunera con un recargo del setenta y cinco por ciento (75%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno.

4. Cada uno de los recargos antedichos se produce de manera exclusiva, es decir, sin acumularlo con algún otro (artículo 24, ley 50 de 1.990).

Artículo 12. La empresa no reconocerá trabajo suplementario o de horas extras sino cuando expresamente lo autorice a sus trabajadores de acuerdo con lo establecido para tal efecto en el artículo 10 de este reglamento

Parágrafo: en ningún caso las horas extras de trabajo, diurnas o nocturnas, podrán exceder de dos (2) horas diarias y doce (12) semanales.

Capítulo V

Días de descanso, legalmente obligatorios

Artículo 13. Serán de descanso obligatorio remunerado, los días de fiesta que sean reconocidos como tales en nuestra legislación laboral.

1. Todo trabajador tiene derecho al descanso remunerado en los siguientes días de fiesta de carácter civil o religioso: 1 de enero, 6 de enero, 19 de marzo, 1 de mayo, 29 de junio, 20 de julio, 7 de agosto, 15 de agosto, 12 de octubre, 1 de noviembre, 11 de noviembre, 8 y 25 de diciembre, además de los días jueves y viernes santos, ascensión del señor, corpus christi y sagrado corazón de Jesús.

Artículo 14. El descanso en los días domingos y los demás expresados en el artículo 14 de este reglamento, tiene una duración mínima de 24 horas, salvo la excepción consagrada en el literal c) del artículo 20 de la ley 50 de 1990 (artículo 25 de la ley 50 de 1990).

Artículo 15. Cuando por motivo de fiesta no determinada en la Ley 51 del 22 de diciembre de 1983, la empresa suspendiere el trabajo, está obligada a pagarlo como si se hubiere realizado. No está obligada a pagarlo cuando hubiere mediado convenio expreso para la suspensión o compensación o estuviere prevista en el reglamento, pacto, convención colectiva o fallo arbitral. Este trabajo compensatorio se remunerará sin que se entienda como trabajo suplementario o de horas extras. (Artículo 178 C.S.T.).

Vacaciones remuneradas

Artículo 16. Los trabajadores que hubieren prestado sus servicios durante un (1) año tienen derecho a quince (15) días hábiles consecutivos de vacaciones remuneradas (artículo 186, numeral primero, C.S.T.).

Artículo 17. La época de las vacaciones debe ser señalada por la empresa a más tardar dentro del año subsiguiente y ellas deben ser concedidas oficiosamente o a petición del trabajador, sin perjudicar el servicio y la efectividad del descanso. El empleador tiene que dar a conocer al trabajador con quince (15) días de anticipación la fecha en que le concederán las vacaciones (artículo 187, C.S.T.).

Artículo 18. Si se presenta interrupción justificada en el disfrute de las vacaciones, el trabajador no pierde el derecho a reanudarlas (artículo 188, C.S.T.).

Artículo 19. Se prohíbe compensar las vacaciones en dinero, pero el Ministerio de la Protección Social puede autorizar que se pague en dinero hasta la mitad de ellas en casos especiales de perjuicio para la economía nacional o la industria; cuando el contrato termina sin que el trabajador hubiere disfrutado de vacaciones, la compensación de éstas en dinero procederá por un año cumplido de servicios y proporcionalmente por fracción de año. En todo caso para la compensación de vacaciones, se tendrá como base el último salario devengado por el trabajador (artículo 189, C.S.T.).

Artículo 20. En todo caso el trabajador gozará anualmente, por lo menos de seis (6) días hábiles continuos de vacaciones, los que no son acumulables. Las partes pueden convenir en acumular los días restantes de vacaciones hasta por dos (2) años.

Artículo 21. Durante el período de vacaciones el trabajador recibirá el salario ordinario que esté devengando el día que comience a disfrutar de ellas. En consecuencia sólo se excluirán para la liquidación de las vacaciones el valor del trabajo en días de descanso obligatorio y el valor del trabajo suplementario o de horas extras. Cuando el salario sea variable las vacaciones se liquidarán con el promedio de lo devengado por el trabajador en el año inmediatamente anterior a la fecha en que se concedan.

Artículo 22. Todo empleador llevará un registro de vacaciones en el que se anotará la fecha de ingreso de cada trabajador, fecha en que toma sus vacaciones, en que las termina y la remuneración de las mismas (Decreto 13 de 1.967, artículo 5.).

Parágrafo. En los contratos a término fijo inferior a un (1) año, los trabajadores tendrán derecho al pago de vacaciones en proporción al tiempo laborado cualquiera que este sea (artículo tercero, parágrafo, Ley 50 de 1.990).

Permisos

Artículo 23. La empresa concederá a sus trabajadores los permisos necesarios para el ejercicio del derecho al sufragio y para el desempeño de cargos oficiales transitorios de forzosa aceptación, en caso de grave calamidad doméstica debidamente comprobada, para concurrir en

su caso al servicio médico correspondiente, para desempeñar comisiones sindicales inherentes a la organización y para asistir al entierro de sus compañeros, siempre que avisen con la debida oportunidad a la empresa y a sus representantes y que en los dos últimos casos, el número de los que se ausenten no sea tal, que perjudiquen el funcionamiento del establecimiento. La concesión de los permisos antes dichos estará sujeta a las siguientes condiciones:

En caso de grave calamidad doméstica, la oportunidad del aviso puede ser anterior o posterior al hecho que lo constituye o al tiempo de ocurrir éste, según lo permitan las circunstancias.

En caso de entierro de compañeros de trabajo, el aviso puede ser hasta con un día de anticipación y el permiso se concederá hasta el 10% de los trabajadores.

En los demás casos (sufragio, desempeño de cargos transitorios de forzosa aceptación y concurrencia al servicio médico correspondiente) el aviso se dará con la anticipación que las circunstancias lo permitan. Salvo convención en contrario y a excepción del caso de concurrencia al servicio médico correspondiente, el tiempo empleado en estos permisos puede descontarse al trabajador o compensarse con tiempo igual de trabajo efectivo en horas distintas a su jornada ordinaria, a opción de la empresa (numeral sexto, artículo 57, C.S.T).

Capítulo VI

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

Artículo 24. Formas y libertad de estipulación

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

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

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

En ningún caso el salario integral podrá ser inferior al monto de diez (10) salarios mínimos legales mensuales, más el factor prestacional correspondiente a la empresa que no podrá ser inferior al treinta por ciento (30%) de dicha cuantía. El monto del factor prestacional quedará exento del pago de retención en la fuente y de impuestos.

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

4. El trabajador que desee acogerse a esta estipulación, recibirá la liquidación definitiva de su auxilio de cesantía y demás prestaciones sociales causadas hasta esa fecha, sin que por ello se entienda terminado su contrato de trabajo (artículo 18, Ley 50 de 1.990).

Artículo 25. Se denomina jornal el salario estipulado por días y sueldo, el estipulado por períodos mayores (artículo 133, C.S.T.).

Artículo 26. Salvo convenio por escrito, el pago de los salarios se efectuará en el lugar en donde el trabajador presta sus servicios, durante el trabajo o inmediatamente después que éste cese. (Artículo 138, numeral primero, C.S.T.).

Periodos de pago: Mensual

Artículo 27. El salario se pagará al trabajador directamente o a la persona que él autorice por escrito así:

1. El salario en dinero debe pagarse por períodos iguales y vencidos. El período de pago para los jornales no puede ser mayor de una semana y para sueldos no mayor de un mes.

2. El pago del trabajo suplementario o de horas extras y el recargo por trabajo nocturno debe efectuarse junto con el salario ordinario del período en que se han causado o a más tardar con el salario del período siguiente (Artículo 134, C.S.T.).

Capítulo VII

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

Artículo 28. Es obligación del empleador velar por la salud, seguridad e higiene de los trabajadores a su cargo. Igualmente, es su obligación garantizar los recursos necesarios para implementar y ejecutar actividades permanentes en medicina preventiva y del trabajo, y en higiene y seguridad industrial de conformidad al programa de Salud Ocupacional y con el objeto de velar por la protección integral del trabajador.

Artículo 29. Los servicios médicos que requieran los trabajadores se prestarán por el Instituto de los Seguros Sociales o EPS, ARP, a través de la IPS, a la cual estén asignados. En caso de no afiliación estará a cargo del empleador, sin perjuicio de las acciones legales pertinentes.

Artículo 30. Todo trabajador, desde el mismo día en que se sienta enfermo, deberá comunicarlo al empleador, su representante o a quien haga sus veces, el cual hará lo conducente para que sea examinado por el médico correspondiente, a fin de que certifique si puede continuar o no en el trabajo y en su caso determine la incapacidad y el tratamiento a que el trabajador debe someterse.

Si éste no diere aviso dentro del término indicado, o no se sometiere al examen médico que se haya ordenado, su inasistencia al trabajo se tendrá como injustificada para los efectos a que haya lugar, a menos que demuestre que estuvo en absoluta imposibilidad para dar el aviso y someterse al examen en la oportunidad debida.

Artículo 31. Los trabajadores deben someterse a las instrucciones y tratamiento que ordena el médico que los haya examinado, así como a los exámenes o tratamientos preventivos que para todos o algunos de ellos ordena la empresa en determinados casos. El trabajador que sin justa causa se negare a someterse a los exámenes, instrucciones o tratamientos antes indicados, perderá el derecho a la prestación en dinero por la incapacidad que sobrevenga a consecuencia de esa negativa.

Artículo 32. Los trabajadores deberán someterse a todas las medidas de higiene y seguridad industrial que prescriben las autoridades del ramo en general y en particular a las que ordene la empresa para prevención de las enfermedades y de los riesgos en el manejo de las máquinas y demás elementos de trabajo especialmente para evitar los accidentes de trabajo.

Parágrafo: El grave incumplimiento por parte del trabajador de las instrucciones, reglamentos y determinaciones de prevención de riesgos, adoptados en forma general o específica y que se encuentren dentro del Programa de Salud Ocupacional de la respectiva empresa, que le hayan comunicado por escrito, facultan al empleador para la terminación del vínculo o relación laboral por justa causa, tanto para los trabajadores privados como los servidores públicos, previa autorización del Ministerio de la Protección Social, respetando el derecho de defensa (Artículo 91 Decreto 1295 de 1994).

Artículo 33. En caso de accidente de trabajo, el Jefe de la respectiva dependencia, o su representante, ordenará inmediatamente la prestación de los primeros auxilios, la remisión al médico y tomará todas las medidas que se consideren necesarias y suficientes para reducir al mínimo, las consecuencias del accidente, denunciando el mismo en los términos establecidos en el Decreto 1295 de 1994 ante la EPS y la ARP.

Artículo 34. Todas las empresas y las entidades administradoras de riesgos profesionales deberán llevar estadísticas de los accidentes de trabajo y de las enfermedades profesionales, para lo cual deberán, en cada caso, determinar la gravedad y la frecuencia de los accidentes de trabajo o de las enfermedades profesionales, de conformidad con el reglamento que se expida.

Todo accidente de trabajo o enfermedad profesional que ocurra en una empresa o actividad económica, deberá ser informado por el empleador a la entidad administradora de riesgos profesionales y a la entidad promotora de salud, en forma simultánea, dentro de los dos días hábiles siguientes de ocurrido el accidente o diagnosticada la enfermedad.

Artículo 35. En todo caso, en lo referente a los puntos de que trata este capítulo, tanto la empresa como los trabajadores, se someterán a las normas de riesgos profesionales del Código Sustantivo del Trabajo, la Resolución No. 1016 de 1.989, expedida por el Ministerio de la Protección Social y las demás que con tal fin se establezcan. De la misma manera, ambas partes están obligadas a sujetarse al Decreto Ley 1295 de 1994, y la Ley 776 del 17 de diciembre de 2002, del Sistema General de Riesgos Profesionales, de conformidad a los términos estipulados en los preceptos legales pertinentes y demás normas concordantes y reglamentarias antes mencionadas.

Capítulo VIII

Prescripciones de orden

Artículo 36. Los trabajadores tienen como deberes los siguientes:

- a) Respeto y subordinación a los superiores.
- b) Respeto a sus compañeros de trabajo.

Procurar completa armonía con sus superiores y compañeros de trabajo en las relaciones personales y en la ejecución de labores.

d) Guardar buena conducta en todo sentido y obrar con espíritu de leal colaboración en el orden moral y disciplina general de la empresa.

e) Ejecutar los trabajos que le confíen con honradez, buena voluntad y de la mejor manera posible.

f) Hacer las observaciones, reclamos y solicitudes a que haya lugar por conducto del respectivo superior y de manera fundada, comedida y respetuosa.

g) Recibir y aceptar las órdenes, instrucciones y correcciones relacionadas con el trabajo, con su verdadera intención que es en todo caso la de encaminar y perfeccionar los esfuerzos en provecho propio y de la empresa en general.

h) Observar rigurosamente las medidas y precauciones que le indique su respectivo Jefe.

i) Permanecer durante la jornada de trabajo en el sitio o lugar en donde debe desempeñar sus labores, siendo prohibido, salvo orden superior, pasar al puesto de trabajo de otros compañeros.

Capítulo IX

Orden jerárquico

Artículo 37. El orden Jerárquico de acuerdo con los cargos existentes en la empresa, es el siguiente:

1° Representante legal

2° Gerente administrativo y gerente operativo

3° Operarios de máquinas y asesor comercial

Capítulo X

Obligaciones especiales para la empresa y los trabajadores

Artículo 38. Son obligaciones especiales del empleador:

1. Procurar a los trabajadores locales apropiados y elementos adecuados de protección contra accidentes y enfermedades profesionales en forma que se garantice razonablemente la seguridad y la salud.

2. Prestar de inmediato los primeros auxilios en caso de accidentes o enfermedad. Para este efecto, el establecimiento mantendrá lo necesario según reglamentación de las autoridades sanitarias.

3. Pagar la remuneración pactada en las condiciones, períodos y lugares convenidos.

4. Guardar absoluto respeto a la dignidad personal del trabajador, a sus creencias y sentimientos.

5. Conceder al trabajador las licencias necesarias para los fines y en los términos indicados en el artículo 24 de este Reglamento.

6. Dar al trabajador que lo solicite, a la expiración del contrato, una certificación en que conste el tiempo de servicio, índole de la labor y salario devengado, e igualmente si el trabajador lo solicita, hacerle practicar examen sanitario y darle certificación sobre el particular, si al ingreso o durante la permanencia en trabajo hubiere sido sometido a examen médico. Se considerará que el trabajador por su culpa elude, dificulta o dilata el examen, cuando transcurrido cinco (5) días a partir de su retiro no se presenta donde el médico respectivo para las prácticas del examen, a pesar de haber recibido la orden correspondiente.

7. Abrir y llevar al día los registros de horas extras.

8. Conceder a las trabajadoras que estén en período de lactancia los descansos ordenados por el artículo 238 del Código Sustantivo del Trabajo.

9. Conservar el puesto a los trabajadores que estén disfrutando de los descansos remunerados, a que se refiere el numeral anterior, o de licencia de enfermedad motivada por el embarazo o parto. No producirá efecto alguno el despido que el empleador comunique a la

trabajadora en tales períodos o que si acude a un preaviso, éste expire durante los descansos o licencias mencionadas.

10. Llevar un registro de inscripción de todas las personas menores de edad que emplee, con indicación de la fecha de nacimiento de las mismas.

11. Cumplir este reglamento y mantener el orden, la moralidad y el respeto a las leyes.

12. Además de las obligaciones especiales a cargo del empleador, este garantizará el acceso del trabajador menor de edad a la capacitación laboral y concederá licencia no remunerada cuando la actividad escolar así lo requiera. Será también obligación de su parte, afiliarlo al Sistema de Seguridad Social Integral, suministrarles cada cuatro meses en forma gratuita un par de zapatos y un vestido de labor, teniendo en cuenta que la remuneración mensual sea hasta dos veces el salario mínimo vigente en la empresa (artículo 57 del C.S.T.).

Artículo 39. Son obligaciones especiales del trabajador.

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

No comunicar a terceros, salvo autorización expresa, las informaciones que sean de naturaleza reservada y cuya divulgación pueda ocasionar perjuicios a la empresa, lo que no obsta para denunciar delitos comunes o violaciones del contrato o de las normas legales de trabajo ante las autoridades competentes.

Conservar y restituir en buen estado, salvo deterioro natural, los instrumentos y útiles que les hayan facilitado.

Guardar rigurosamente la moral en las relaciones con sus superiores y compañeros.

Artículo 40. Se prohíbe a la empresa:

Deducir, retener o compensar suma alguna del monto de los salarios y prestaciones en dinero que corresponda a los trabajadores sin autorización previa escrita de éstos, para cada caso o sin mandamiento judicial, con excepción de los siguientes:

Respecto de salarios pueden hacerse deducciones, retenciones o compensaciones en los casos autorizados por los artículos 113, 150, 151, 152, y 400 del Código Sustantivo de Trabajo.

En cuanto a la cesantía y las pensiones de jubilación, la empresa puede retener el valor respectivo en los casos del artículo 250 del Código Sustantivo de Trabajo.

Obligar en cualquier forma a los trabajadores a comprar mercancías o víveres en almacenes que establezca la empresa.

Exigir o aceptar dinero del trabajador como gratificación para que se admita en el trabajo o por otro motivo cualquiera que se refiera a las condiciones de éste.

Limitar o presionar en cualquier forma a los trabajadores en el ejercicio de su derecho de asociación.

Imponer a los trabajadores obligaciones de carácter religioso o político o dificultarles o impedirles el ejercicio del derecho al sufragio.

Hacer o autorizar propaganda política en los sitios de trabajo.

Hacer o permitir todo género de rifas, colectas o suscripciones en los mismos sitios.

Emplear en las certificaciones de que trata el ordinal 7° del artículo 57 del Código Sustantivo de Trabajo signos convencionales que tienden a perjudicar a los interesados o adoptar el sistema de "lista negra", cualquiera que sea la modalidad que se utilice para que no se ocupe en otras empresas a los trabajadores que se separen o sean separados del servicio.

Cerrar intempestivamente la empresa. Si lo hiciera además de incurrir en sanciones legales deberá pagar a los trabajadores los salarios, prestaciones e indemnizaciones por el lapso que dure cerrada la empresa.

Despedir sin justa causa comprobada a los trabajadores que les hubieren presentado pliego de peticiones desde la fecha de presentación del pliego y durante los términos legales de las etapas establecidas para el arreglo del conflicto.

Ejecutar o autorizar cualquier acto que vulnere o restrinja los derechos de los trabajadores o que ofenda su dignidad (artículo 59, C.S.T.).

Artículo 41. Sé prohíbe a los trabajadores:

Sustraer del establecimiento los útiles de trabajo, o productos sin permiso de la empresa.

Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la influencia de narcótico o de drogas enervantes.

Conservar armas de cualquier clase en el sitio de trabajo a excepción de las que con autorización legal puedan llevar los celadores.

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

Disminuir intencionalmente el ritmo de ejecución del trabajo, suspender labores, promover suspensiones intempestivas del trabajo e incitar a su declaración o mantenimiento, sea que se participe o no en ellas.

Coartar la libertad para trabajar o no trabajar o para afiliarse o no a un sindicato o permanecer en él o retirarse

Capítulo XI

Escala de faltas y sanciones disciplinarias

Artículo 42. La empresa no puede imponer a sus trabajadores sanciones no previstas en este reglamento, en pactos, convenciones colectivas, fallos arbitrales o en contrato de trabajo (artículo 14, C.S.T.).

Artículo 43. Se establecen las siguientes clases de faltas leves y sus sanciones disciplinarias, así:

El retardo hasta de DIEZ (10) MINUTOS en la hora de entrada sin excusa suficiente, cuando no cause perjuicio de consideración a la empresa, implica por primera vez, amonestación verbal; por la segunda vez, amonestación escrita; por la tercera vez suspensión en el trabajo en la mañana o en la tarde según el turno en que ocurra y por cuarta vez suspensión en el trabajo hasta por tres días.

La falta en el trabajo en la mañana, en la tarde o en el turno correspondiente, sin excusa suficiente cuando no causa perjuicio de consideración a la empresa, implica por primera vez suspensión en el trabajo hasta por tres días y por segunda vez suspensión en el trabajo hasta por ocho días.

La falta total al trabajo durante el día sin excusa suficiente, cuando no cause perjuicio de consideración a la empresa implica, por primera vez, suspensión en el trabajo hasta por ocho días y por segunda vez, suspensión en el trabajo hasta por dos (2) meses.

La violación leve por parte del trabajador de las obligaciones contractuales o reglamentarias implica por primera vez, suspensión en el trabajo hasta por ocho (8) días y por segunda vez suspensión en el trabajo hasta por dos (2) meses.

La imposición de multas no impide que la empresa prescinda del pago del salario correspondiente al tiempo dejado de trabajar. El valor de las multas se consignará en cuenta especial para dedicarse exclusivamente a premios o regalos para los trabajadores del establecimiento que más puntual y eficientemente, cumplan sus obligaciones.

Artículo 44. Constituyen faltas graves:

El retardo hasta de DIEZ (10) MINUTOS en la hora de entrada al trabajo sin excusa suficiente, por quinta vez.

La falta total del trabajador en la mañana o en el turno correspondiente, sin excusa suficiente, por tercera vez.

La falta total del trabajador a sus labores durante el día sin excusa suficiente, por tercera vez.

Violación grave por parte del trabajador de las obligaciones contractuales o reglamentarias.

Procedimientos para comprobación de faltas y formas de aplicación de las sanciones disciplinarias.

Artículo 45. Antes de aplicarse una sanción disciplinaria, el empleador deberá oír al trabajador inculpado directamente y si éste es sindicalizado deberá estar asistido por dos representantes de la organización sindical a que pertenezca.

En todo caso se dejará constancia escrita de los hechos y de la decisión de la empresa de imponer o no, la sanción definitiva (artículo 115, C.S.T.).

Artículo 46. No producirá efecto alguno la sanción disciplinaria impuesta con violación del trámite señalado en el anterior artículo (artículo 115, C.S.T.).

Capítulo XII

Reclamos: personas ante quienes debe presentarse y su tramitación

Artículo 47. Los reclamos de los trabajadores se harán ante el administrador de la sede de Sahian Diseños o los miembros de la junta directiva, quienes los oirán y resolverán en justicia y equidad.

Capítulo XIII

Publicaciones

Artículo 48. Dentro de los quince (15) días siguientes al de la notificación de la Resolución aprobatoria del presente Reglamento, el empleador debe publicarlo en el lugar de trabajo, mediante la fijación de dos (2) copias de caracteres legibles, en dos (2) sitios distintos. Si hubiere varios lugares de trabajo separados, la fijación debe hacerse en cada uno de ellos. Con el Reglamento debe fijarse la Resolución aprobatoria (artículo 120, C.S.T.).

Capítulo XIV

Vigencia

Artículo 49. El presente reglamento entrará a regir ocho (8) días después de su publicación hecha en la forma prescrita en el artículo anterior de este reglamento (artículo 121, C, S, T.).

Capítulo XV

Clausulas ineficaces

Artículo 50. No producirá ningún efecto las cláusulas del reglamento que desmejoren las condiciones del trabajador en relación con lo establecido en las leyes, contratos individuales, pactos, convenciones colectivas o fallos arbitrales los cuales sustituyen las disposiciones del reglamento en cuanto fueren más favorables al trabajador (artículo 109, C.S.T.).