

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 1 de 9

16.

FECHA	martes, 19 de diciembre de 2023
--------------	---------------------------------

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
 BIBLIOTECA
 Facatativá

UNIDAD REGIONAL	Extensión Facatativá
TIPO DE DOCUMENTO	Trabajo De Grado
FACULTAD	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
PROGRAMA ACADÉMICO	Contaduría Pública

El Autor (Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
CASTIBLANCO REALES	YUDIS ANDREA	1.003.124.275

Director (Es) y/o Asesor (Es) del documento:

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
PIRAQUIVE CORTES	ARMANDO

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
 Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 2 de 9

TÍTULO DEL DOCUMENTO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA EN EL MUNICIPIO DE FUNZA CUNDINAMARCA

SUBTÍTULO

(Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)

EXCLUSIVO PARA PUBLICACIÓN DESDE LA DIRECCIÓN INVESTIGACIÓN

INDICADORES	NÚMERO
ISBN	
ISSN	
ISMN	

AÑO DE EDICIÓN DEL DOCUMENTO

29/11/2023

NÚMERO DE PAGINAS

145


DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS (Usar 6 descriptores o palabras claves)

ESPAÑOL	INGLÉS
1. Factibilidad	Feasibility
2. Emprendimiento	Entrepreneurship
3. Inversión	Investment
4. Presupuesto	Budget
5. Evaluación	Evaluation
6. Análisis	Analysis

FUENTES (Todas las fuentes de su trabajo, en orden alfabético)

ACOSTA ARGOTE, C. (27 de junio de 2023). *La República*. Obtenido de www.larepublica.co: <https://www.larepublica.co/especiales/las-1-000-empresas-mas-grandes-de-2022/las-empresas-textileras-movieron-14-34-billones-en-2022-un-aporte-al-pib-de-9-43644821#:~:text=Textiles,Las%20empresas%20textileras%20movieron%20%2414%2C34%20billones%20en%2020>

Arias, F. G. (2006). *El Proyecto de Investigación* (Vol. 6). Caracas, Venezuela: Editorial Episteme.

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 3 de 9

Asamblea Constituyente de Colombia de 1991. (s.f.). www.secretariasenado.gov.co. Obtenido de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991_pr011.html

Azout Abaddi, R. (2020). <https://www.lafayettesports.com.co/>. Obtenido de <https://www.lafayettesports.com.co/noticias/confeccion-deportiva/como-lograr-colecciones-deportivas-a-traves-de-un-proceso-de-confeccion-efectivo/#:~:text=La%20confecci%C3%B3n%20es%20quiz%C3%A1s%20una,colecci%C3%B3n%20a%20obtener%2C%20los%20estampados.>

Blanco, A. (2000). *Formulación y Evaluación de proyectos*. Caracas: Sexta edición.

Cámara de Comercio de Bogotá. (2021). www.ccb.org.co. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/observatorio/Dinamica-Empresarial/Dinamica-empresarial>

Cámara de comercio de Bogotá. (2022). www.ccb.org.co. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/observatorio/Dinamica-Empresarial/Dinamica-empresarial/EMPRESAS-RENOVADAS-Las-MiPymes-representan-el-99-2-de-las-empresas-renovadas-y-las-micro-y-pequenas-el-97-6>

Creating Opportunities for a Better Life. (s.f.). edu.gcfglobal.org. Obtenido de <https://edu.gcfglobal.org/es/emprendimiento/que-es-el-pensamiento-lateral/1/>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (s.f.). www.dane.gov.co. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/sistema-estadistico-nacional-sen/normas-y-estandares/nomenclaturas-y-clasificaciones/clasificaciones/clasificacion-industrial-internacional-uniforme-de-todas-las-actividades-economicas-ciiu>

Educa historia. (s.f.). *La evolución de la vestimenta a través de los siglos: Un reflejo de la cultura y la sociedad*. Obtenido de <https://educahistoria.com/la-evolucion-de-la-vestimenta-a-traves-de-los-siglos-un-reflejo-de-la-cultura-y-la-sociedad/>

El Congreso de Colombia. (2004). www.funcionpublica.gov.co. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=14501>

El Congreso de Colombia. (2006). www.minciencias.gov.co. Obtenido de <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>

EL CONGRESO DE COLOMBIA. (2011). *LEY 1480 DE 2011*. Colombia.

EL CONGRESO DE COLOMBIA. (02 de 05 de 2016). *LEY 1780 DE 2016*. Obtenido de www.funcionpublica.gov.co: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=69573>

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 4 de 9

EL CONGRESO DE COLOMBIA. (31 de 12 de 2020). *LEY 2069 DE 2020*. Obtenido de www.funcionpublica.gov.co:
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=160966>

El Legado Prehistórico. (21 de Julio de 2023). <https://ellegadoprehistorico.com/hombre-prehistorico/como-era-la-vestimenta-de-la-prehistoria/>. Obtenido de www.ellegadoprehistorico.com:
<https://ellegadoprehistorico.com/hombre-prehistorico/como-era-la-vestimenta-de-la-prehistoria/>

Guías Practicas. (2020). www.guiaspracticas.com. Obtenido de <https://www.guiaspracticas.com/ropa-de-deporte#:~:text=La%20ropa%20de%20deporte%20o,seguridad%20y%20un%20mayor%20rendimiento>.

ICONTEC. (s.f.). *Textiles y confecciones. Ropa para deporte*. Obtenido de <https://tienda.icontec.org/gp-textiles-y-confecciones-ropa-para-deporte-ntc2509-1988.html>

ICONTEC. (s.f.). *Textiles. Telas de tejido de punto. Requisitos específicos*. Obtenido de <https://tienda.icontec.org/gp-textiles-telas-de-tejido-de-punto-requisitos-especificos-ntc703-3-2001.html>

Ideas Rápidas. (s.f.). www.ideasrapidas.com. Obtenido de <https://www.ideasrapidas.com/costura/aprende-a-como-hacer-hermoso-abrigo-con-gorro/>

Luna, R., & Chaves, D. (marzo de 2001). *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos*. Guatemala: PROARCA/CAPAS.


Mondragón Puerto, D. (2017). *Formulación y evaluación de proyectos*. Obtenido de <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1318/Formulaci%C3%B3n%20y%20Evaluaci%C3%B3n%20de%20Proyectos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>:
<https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1318/Formulaci%C3%B3n%20y%20Evaluaci%C3%B3n%20de%20Proyectos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Observatorio Regional Ambiental y de Desarrollo Sostenible del Río Bogotá. (s.f.). *El Observatorio y los municipios: Funza*. Obtenido de <https://orabo.gov.co/es/el-observatorio-y-los-municipios/informacion-general-municipio?cd=26d2869c0a68c59f9488c3d3e9d421e5>

PROCOLOMBIA. (9 de febrero de 2023). *Industria textil colombiana y su crecimiento a través de la innovación y la competitividad*. Obtenido de <https://www.colombitrade.com.co/noticias/industria-textil-colombiana-y-su-crecimiento-traves-de-la-innovacion-y-la-competitividad>

Timmons, J., Zacharakis, A., & Spinelli, S. (2004). *Business Plans That Work*. New York: McGraw Hill Professional.

Torres, F. (13 de agosto de 2012). <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3162/1/UPS-GT000318.pdf>. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3162/1/UPS-GT000318.pdf>


	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 5 de 9

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS
(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

La monografía investigativa muestra en su primera parte el planteamiento, la descripción, su formulación y la sistematización del problema, después muestra la justificación del proyecto, seguido del objetivo general y sus objetivos específicos, muestra también la descripción de la metodología que se va a desarrollar y como se estructura y sus competentes. Se muestra la limitación de la investigación, las estrategias utilizadas para la recolección de información y las líneas de investigación utilizadas en este proyecto. Se procede a organizar el marco de referencia, que lo compone el marco teórico el cual este compuesto de un conjunto de referencias, conceptos teóricos de otros autores y antecedentes que apoyan la investigación. Luego se encuentra el marco conceptual que es la investigación bibliográfica que habla de las variables que se estudian en la investigación, lo siguiente es el marco legal que complementa el marco conceptual, el cual es comprendido por las normas legales vigentes. Después de esto se procede a desarrollar los objetivos específicos, que para el caso es estimar costos, evaluar las fuentes financieras y realizar la evaluación de riesgos, lo que continua son los estudios, análisis y planes de mercado que componen la investigación. Por último, se muestran las conclusiones y la bibliografía de todo el proyecto. El autor del presente trabajo enfatiza que la información que contiene el trabajo ha sido recopilada, analizada y escrita, teniendo en cuenta los parámetros de anti-plagio y certificando la originalidad del trabajo.

Abstract

The investigative monograph shows in its first part the approach, the description, its formulation, and the systematization of the problem, then it shows the justification of the project, followed by the general objective and its specific objectives, it also shows the description of the methodology that is going to be developed. and how it is structured and its competent authorities. The limitation of the research, the strategies used to collect information and the lines of research used in this project are shown. The framework of reference is organized, which is made up of the theoretical framework, which is composed of a set of references, theoretical concepts from other authors and background information that supports the research. Then there is the conceptual framework, which is the bibliographic research that talks about the variables that are studied in the research, next is the legal framework that complements the conceptual framework, which is understood by the current legal regulations. After this, the specific objectives are developed, which in this case is to estimate costs, evaluate the financial sources and carry out the risk assessment, what continues are the studies, analyzes and market plans that make up the research. Finally, the conclusions and bibliography of the entire project are shown. The author of this work emphasizes that the information contained in the work has been compiled, analyzed, and written, considering the anti-plagiarism parameters, and certifying the originality of the project.

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 6 de 9

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN


Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son: Marque con una "X":

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	X	
2. La comunicación pública, masiva por cualquier procedimiento o medio físico, electrónico y digital.	X	
3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	X	
4. La inclusión en el Repositorio Institucional.	X	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 7 de 9

autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “*Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores*”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

Información Confidencial:

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado.


SI_NO _X_.

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos) en carta adjunta, expedida por la entidad respectiva, la cual informa sobre tal situación, lo anterior con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

LICENCIA DE PUBLICACIÓN

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 8 de 9

patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).

b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.

c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.

d) El (Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el "Manual del Repositorio Institucional AAAM003"

i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 9 de 9



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



Nota:

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. Nombre completo del proyecto.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA EN EL MUNICIPIO DE FUNZA CUNDINAMARCA.pdf	Texto
2.	
3.	
4.	

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafa)
CASTIBLANCO REALES YUDIS ANDREA	

21.1-51-20.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
DE ROPA DEPORTIVA EN EL MUNICIPIO DE FUNZA CUNDINAMARCA

YUDIS ANDREA CASTIBLANCO REALES
ESTUDIANTE

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA EXTENSION FACATATIVA
CIENCIAS POLITICAS Y CONTABLES
CONTADURIA PUBLICA
FACATATIVA
2023

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
DE ROPA DEPORTIVA EN EL MUNICIPIO DE FUNZA CUNDINAMARCA

YUDIS ANDREA CASTIBLANCO REALES
ESTUDIANTE

Proyecto monográfico para optar por el título de contador público

Director trabajo:

ARMANDO PIRAQUIVE CORTES

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA EXTENSION FACATATIVA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
CONTADURIA PUBLICA
FACATATIVA
2023

AGRADECIMIENTOS

Agradezco primeramente a Dios por darme la sabiduría necesaria para cumplir con mis sueños, a mis abuelos Yolanda y Pablo que son mis padres, amigos y familia que siempre estuvieron presentes y son mi motor de vida.

Agradezco a la Universidad de Cundinamarca Seccional Ubaté y Extensión Facatativá, a sus docentes y a mis compañeros que me apoyaron en este proceso de formación, y un agradecimiento especial al docente Armando Piraquive quien dio acompañamiento en todo momento a este proyecto de investigación.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	10
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	12
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	13
1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	15
2. JUSTIFICACIÓN	16
3. OBJETIVOS	17
3.1 OBJETIVO GENERAL.....	17
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	17
4. DISEÑO METODOLOGICO	18
4.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	18
4.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN	18
4.3 FUENTES DE INVESTIGACIÓN	19
4.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	20
4.5 INSTRUMENTOS.....	20
5. LIMITACION DE LA INVESTIGACION	21
6. ESTRATEGIAS DE RECOLECCION DE LA INFORMACION	22
7. LINEAS DE INVESTIGACIÓN	30
7.1 ÁREA DE INVESTIGACIÓN	30
7.2 LINEA DE INVESTIGACIÓN	30
7.3 PROGRAMA.....	31
7.4 TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	31
8. MARCO DE REFERENCIA	32
8.1 MARCO TEORICO	32
9. MARCO CONCEPTUAL	53
10. MARCO LEGAL	57
11. ESTUDIO DE MERCADO	61
11.1 ANALISIS DEL MERCADO	61
11.2 DELIMITACION Y DESCRIPCION DEL MERCADO.....	63

11.3	ANALISIS DE LA DEMANDA	68
11.4	ANALISIS DE LA OFERTA	84
11.5	COMPETENCIA	85
11.6	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	88
12.	PLAN DE MERCADO	90
12.1	Objetivos del plan de mercado.....	90
12.2	Estrategia de producto.....	90
12.3	Estrategia de segmentación	95
12.4	Estrategia de precios	97
12.5	Estrategia de comercialización	99
13.	ESTUDIO TECNICO	101
13.1	Localización del proyecto.....	101
13.2	Tamaño del proyecto	101
13.3	Análisis del producto.....	102
13.4	Maquinaria y equipo	104
13.5	Materia prima.....	111
13.6	Mano de obra	116
13.7	Servicios Públicos.....	118
14.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	119
14.1	Constitución jurídica de la empresa	119
14.2	Organigrama.....	120
14.3	Creación de la empresa.....	121
14.4	Gestión comercial	123
14.5	Equipo de administración y ventas	123
14.6	Muebles y enseres.....	123
15.	ESTUDIO FINANCIERO	125
15.1	Inversión del proyecto.....	125
15.2	Recursos del proyecto	126
15.3	Amortización del crédito.....	127
15.4	Depreciaciones	127
15.5	Materias primas	127
15.6	Mano de obra directa.....	128

15.7	Ventas	128
15.8	Gatos administrativos	129
15.9	Costos indirectos de fabricación	129
15.10	Gatos financieros	130
15.11	Total, de presupuesto gastado	130
15.12	Resumen de costos y gastos	131
15.13	Ingresos totales.....	131
15.14	Estado de costos.....	132
15.15	Estado de resultados.....	133
15.16	Estado de flujo de efectivo	135
15.17	Punto de equilibrio	136
15.18	Estado de situación financiera.....	138
15.19	Evaluación financiera de proyectos	138
CONCLUSIONES.....		141
BIBLIOGRAFÍA.....		143

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1 Establecimientos de comercio de ropa deportiva en Funza	86
Tabla 2 Marcas digitales que comercializan en el municipio con mayores seguidores en Instagram	86
Tabla 3 Productos y precios en promedio de la competencia	87
Tabla 4 Tallas de acuerdo con las medidas	94
Tabla 5 Tallas de acuerdo con las medidas	94
Tabla 6 Proyección de precios por referencia	98
Tabla 7 Proyección de precios a 5 años.....	99
Tabla 8 Presupuesto de publicidad	100
Tabla 9 Materiales directos de chaqueta.....	102
Tabla 10 Materiales directos del pantalón o jogger	103
Tabla 11 Materiales directos de la camisa	103
Tabla 12 Materiales directos del short.....	104
Tabla 13 Valor de la maquinaria y equipo	110
Tabla 14 Costeo de materia prima unidad de short.....	114
Tabla 15 Costeo de materia prima unidad de chaqueta	114
Tabla 16 Costeo de materia prima unidad de pantalón o jogger	115
Tabla 17 Costeo de materia prima unidad de camisa	115
Tabla 18 Estimada de ventas en el primer mes.....	116
Tabla 19 Presupuesto de nómina personal operario de maquina	117
Tabla 20 Costos servicios públicos	118
Tabla 21 Presupuesto de equipos de administración y ventas.....	123
Tabla 22 Presupuesto de muebles	124
Tabla 23 Presupuesto de nómina de ventas	124
Tabla 24 Inversión inicial del proyecto.....	125
Tabla 25 Financiamiento de la inversión inicial	126
Tabla 26 Amortización del crédito	127
Tabla 27 Depreciaciones.....	127

Tabla 28 Costo de materias primas.....	128
Tabla 29 Costos de mano de obra	128
Tabla 30 Costeo gestor comercial.....	128
Tabla 31 Gastos administrativos	129
Tabla 32 Costos indirectos de fabricación.....	129
Tabla 33 Gastos bancarios.....	130
Tabla 34 Presupuestos de gastos	130
Tabla 35 Costos y gastos totales	131
Tabla 36 Ingresos proyectados	131
Tabla 37 Estado de Costos Proyectada	132
Tabla 38 Estado de Resultados	133
Tabla 39 Estado de flujo de efectivo	135
Tabla 40 Punto de equilibrio.....	136
Tabla 41 Estado de situación financiera proyectada	138

LISTADO DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Balance económico. Sector textil	62
Ilustración 2 Mapa del Municipio de Funza - Cundinamarca	64
Ilustración 3 Población de Funza, Cundinamarca por Edad	66
Ilustración 4 Población de Funza por edad y sexo en 2023	67
Ilustración 5 Información Demográfica. Edad.....	72
Ilustración 6 Información Demográfica. Género	73
Ilustración 7 Información Demográfica. Ubicación.....	73
Ilustración 8 Comportamiento de Compra. Frecuencia con la que se compra ropa deportiva en el municipio.	74
Ilustración 9 Comportamiento de Compra. En donde se frecuenta adquirir las prendas deportivas	75
Ilustración 10 Comportamiento de Compra. Disposición de compra	76
Ilustración 11 Preferencias de Producto. Prendas con más demanda.....	77
Ilustración 12 Preferencias de Producto. Colores con más demanda.....	77
Ilustración 13 Preferencias de Producto. Lo que busca el consumidor al momento de seleccionar prendas deportivas	78
Ilustración 14 Marca y competidores. Marcas que prefieren los consumidores	79
Ilustración 15 Marca y competidores. Marcas que prefieren los consumidores en el municipio de Funza Cundinamarca.....	80
Ilustración 16 Marca y competidores. Calidad de las prendas deportivas hechas en Colombia	80
Ilustración 17 Intereses deportivos. Deporte que practican los consumidores.....	81
Ilustración 18 Intereses deportivos. Prendas deportivas con más demanda	82
Ilustración 19 Compras en línea. Disposición de comprar en línea.	82
Ilustración 20 Compras en línea. Que motiva al consumidor a comprar por internet	83
Ilustración 21 Patrones de camisa y chaqueta	92
Ilustración 22 Patrones de short y pantalones (jogger).....	93
Ilustración 23 Índice de precios al consumidor.....	97
Ilustración 24 Máquina de coser Singer	106
Ilustración 25 Mueble para máquina de coser Singer.....	106
Ilustración 26 Máquina fileteadora	107
Ilustración 27 Mueble para máquina fileteadora	108
Ilustración 28 Tijeras sastre	109
Ilustración 29 Juego de tijeras por 6 piezas y metro.....	110
Ilustración 30 Cotización con Lafayette.....	111
Ilustración 31 Color seleccionado	113
Ilustración 32 Organigrama.....	120
Ilustración 33 Registro único empresarial y social.....	121
Ilustración 34 Logotipo.....	122

INTRODUCCIÓN

La práctica regular de la actividad física contribuye a mejorar las condiciones del ser humano, reducir el estrés, prevenir enfermedades y ayuda a mejorar las relaciones interpersonales. En la actualidad, el deporte está en todo el mundo y es más importante a raíz de la pandemia.

En Colombia el número de practicantes de deporte un crecimiento significativo entre 2018 y 2022 a raíz de la pandemia se intensificó el interés de las personas por cuidar su salud por medio de la actividad física.

El crecimiento de la población y de las prácticas deportivas ha generado un aumento en la demanda de ropa deportiva. La ropa deportiva al ser un factor esencial para practica de la actividad física debe cumplir con las necesidades de las personas como: ser cómoda, segura y adecuada para la actividad física que se practique. En este contexto, surge el presente estudio de factibilidad para la fabricación y comercialización de ropa deportiva en el municipio de Funza, Cundinamarca.

Uno de los objetivos principales del estudio es evaluar la factibilidad del proyecto. Para ello, se analizarán los siguientes aspectos:

- **Análisis del mercado:** Se evaluará la demanda y oferta de ropa deportiva en el municipio de Funza, así como las tendencias del mercado.
- **Análisis técnico:** Se evaluarán los aspectos técnicos relacionados con la fabricación y comercialización de ropa deportiva, tales como la maquinaria, los insumos y el proceso productivo.
- **Análisis económico:** Se evaluará la proyección económica del proyecto, incluyendo el estudio de costos y la proyección de ingresos.

Este estudio se realizará mediante una metodología mixta, que combinará métodos cuantitativos y cualitativos. Los métodos cuantitativos se utilizarán para analizar datos estadísticos, tales como la demanda y oferta de ropa deportiva en el municipio, las tendencias del mercado y los costos del proyecto. Los métodos cualitativos se utilizarán para obtener información sobre la opinión de los consumidores y las necesidades del mercado.

El estudio permitirá evaluar la factibilidad de la fabricación y comercialización de ropa deportiva en el municipio de Funza, Cundinamarca. Los resultados del estudio serán utilizados para tomar una decisión sobre la factibilidad del proyecto.

Funza es un municipio que económicamente está en constante crecimiento, permite que cualquier proyecto, si cuenta con buenas estrategias, sea exitoso, en este caso por el crecimiento de la población y el crecimiento de la demanda por ropa deportiva de calidad, permite que el estudio de factibilidad de un resultado positivo o tal vez más de lo que el inversionista quiere obtener por invertir su dinero en un proyecto como la fabricación y comercialización de ropa deportiva.

El análisis del mercado es un componente fundamental de cualquier estudio de factibilidad pues nos indica como se encuentra la población, que tanto puede crecer y así mismo determinar si es un buen punto geográfico para tener el emprendimiento. El análisis del mercado permite evaluar la demanda y oferta de un producto o servicio y las tendencias del mercado.

Para evaluar la demanda de ropa deportiva en Funza, se utilizarán métodos cuantitativos y cualitativos. Los métodos cuantitativos se utilizarán para analizar factores que se puedan cuantificar. Los métodos cualitativos se utilizarán para determina lo que se puede describir, las características que se pueden dar y lo que se puede definir.

Para evaluar la oferta de ropa deportiva en Funza, se utilizarán métodos cuantitativos. Los métodos cuantitativos se utilizarán para analizar datos estadísticos, tales como la cantidad de empresas que fabrican ropa deportiva.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

“La Factibilidad económica se trata de una propuesta de acción para resolver un problema práctico o satisfacer una necesidad. Es indispensable que dicha propuesta se acompañe de una investigación, que demuestre su factibilidad o posibilidad de realización”¹

La idea de negocio enfocado en la fabricación y comercialización de ropa deportiva en el municipio de Funza (Cundinamarca) nace a raíz de un negocio familiar que busca reconocimiento en el área textil aprovechando la experiencia y conocimientos empíricos de una persona que se dedica confección de estas prendas hace más o menos un año y con la formación académica de otros miembros de la familia, se pretende formalizar este negocio, no solo para el crecimiento económico personal sino el de toda la familia.

El mercado de ropa deportiva en Colombia ha experimentado un gran crecimiento en los últimos años, con una demanda cada vez mayor de productos de alta calidad y diseño innovador. Sin embargo, en el municipio de Funza, Cundinamarca, no hay muchas opciones de ropa deportiva de calidad, lo que representa una oportunidad para emprendedores interesados en el sector.

El sector textil y de la confección ha mostrado un aumento constante de la demanda de prendas de ropa deportiva de calidad, específicamente hablando de Funza Cundinamarca se ha identificado una carencia de opciones de ropa deportiva de alta calidad, esta falta de oferta representa una valiosa oportunidad para los emprendedores que estén interesados en el sector.

¹ Arias, F. G. (2006). *El Proyecto de Investigación* (Vol. 6). Caracas, Venezuela: Editorial Episteme .

A pesar del creciente interés por el deporte y la actividad física en la zona, los consumidores se ven obligados a adquirir productos de marcas reconocidas a precios elevados, o a recurrir a productos de baja calidad y procedencia dudosa que no cumplen con sus expectativas. Por tanto, surge la necesidad de realizar un estudio de factibilidad para evaluar la factibilidad de un emprendimiento en la fabricación y comercialización de ropa deportiva en el municipio de Funza, Cundinamarca, con el fin de ofrecer productos de calidad a precios competitivos y satisfacer la demanda insatisfecha en la zona.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son los requisitos legales, técnicos y financieros necesarios para establecer y operar una empresa de fabricación y comercialización de ropa deportiva con enfoque digital en la ciudad de Funza, Cundinamarca, que ofrezca diseños innovadores y productos de calidad que satisfagan las demandas y preferencias de los consumidores locales y regionales?

La investigación se llevará a cabo mediante un estudio documental y de campo. El estudio documental se utilizará para identificar los requisitos legales y técnicos necesarios. El estudio de campo se utilizará para identificar los requisitos financieros necesarios.

Fuentes de información:

- Normativa legal colombiana sobre la fabricación y comercialización de ropa deportiva.
- Guías técnicas sobre la fabricación y comercialización de ropa deportiva.
- Entrevistas a expertos en el sector de la ropa deportiva.

Lo que se busca con el estudio de factibilidad es determinar qué tan confiable se convierte una inversión, conocer todos los procedimientos que se deben seguir para llegar a una meta. La información que se ofrece debe ser veraz y debe permitir responder a la problemática planteada anteriormente, también debe brindar varias alternativas que igualmente den solución a la problemática que se quiere desarrollar en el transcurso de la investigación del proyecto, identificar las metas que puede tener un emprendedor, toda la investigación va enfocada a dar valor agregado a proyecto de emprendimiento para la fabricación y comercialización de ropa deportiva.

1.2.1 Identificación del problema

Los objetivos que se plantean pretenden abarcar con todos los puntos importantes para el desarrollo del emprendimiento y llamar la atención de los inversionistas y demostrar que la comercialización de ropa deportiva es un mercado realmente atractivo.

1.2.2 Descripción del proyecto

Como la mayoría de estudios de factibilidad, o que se busca con la investigación es lograr los objetivos de quien desea empezar con un emprendimiento, se determinan unos objetivos que sería la base de todo el proyecto, que logros se quieren obtener a corto, mediano y largo plazo, que importancia y aporte tiene el proyecto a la sociedad, también se deben mencionar los desafíos que se superaron en el desarrollo del proyecto, las lecciones aprendidas en el transcurso de la investigación y de aquí se parte las perspectivas que se tiene a futuro con el proyecto que se está llevando a cabo.

1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo determinar que costos y gastos se van a tener desde que se inicia el emprendimiento?

¿Cómo se puede determinar qué tan factible es un negocio de ropa deportiva, teniendo en cuenta que día a día las personas le están dando mucha importancia a la mejora física por la salud y bienestar de ellos mismos?

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta una empresa de fabricación y comercialización de ropa deportiva en un entorno digital, y cómo pueden superarse?

¿Cómo se pueden utilizar herramientas digitales para mejorar la gestión de inventarios, la logística y la atención al cliente en una empresa de fabricación y comercialización de ropa deportiva?

¿Cómo se pueden aprovechar las oportunidades que ofrece el comercio electrónico para expandir el alcance y aumentar las ventas de una empresa de fabricación y comercialización de ropa deportiva en Funza, Cundinamarca?

2. JUSTIFICACIÓN

En Colombia en los últimos años se ha convertido en un factor primordial para la economía, la creación de empresas en el país, que cumplan con varios pilares, como lo es la innovación y la calidad en productos y en servicios, con esto se quiere dar a conocer un sector comercial que ha tomado fuerza con el pasar del tiempo y es el deporte, en este caso la fabricación y la comercialización de la ropa deportiva que es un factor fundamental para los deportistas. La ropa deportiva ha tenido un aumento en su demanda, lo que nos indica que es una buena oportunidad de negocio que sea rentable y sostenible. Se centra el emprendimiento de fabricación y comercialización en el municipio de Funza porque puede ser una alternativa para los emprendedores del sector que estén interesados.

El municipio de Funza es un gran lugar que tiene mucho potencial para el desarrollo de nuevos negocios, especialmente en el sector textil y de moda. El municipio se encuentra en un punto estratégico, su cercanía con Bogotá y su crecimiento en cuanto a la población, lo hace un mercado atractivo para la comercialización de productos que se deben destacar por su calidad pues, así como crece el comercio, crece la competencia.

En el caso del presente trabajo se realiza un estudio de factibilidad que permitirá identificar los principales obstáculos y oportunidades para el éxito de este tipo de negocios en el municipio de Funza, así como determinar los recursos necesarios para poder tener un negocio en marcha. Lo que se quiere es desarrollar la economía y los emprendimientos de la región, esto puede contribuir al desarrollo también de la familia que quiere iniciar con el emprendimiento y a futuro a la creación de empleo y a la mejora de la calidad de vida de la comunidad.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para determinar los factores presupuestales necesarios que permita la formalización de un negocio familiar dedicado a la fabricación y comercialización de ropa deportiva en el municipio de Funza, Cundinamarca.

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Estimar los costos de producción necesarios para manejar un emprendimiento de fabricación de ropa deportiva en el municipio de Funza, Cundinamarca, teniendo en cuenta el diagnóstico del mercado y el plan de mercado
- Evaluar las fuentes de financiamiento disponibles para el emprendimiento, incluyendo opciones de crédito bancario y otros recursos.
- Realizar una evaluación de riesgos que permita determinar la factibilidad del emprendimiento.

4. DISEÑO METODOLOGICO

4.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Este proyecto ha tomado un enfoque mixto en el caso del cualitativo ser el que busca dar descripción sobre la factibilidad de crear una empresa y tomará como referencia artículos de investigación, artículos de libros, documentos, estudios de factibilidad previos, artículos de revistas de investigación sobre el tema, textos que soporten toda la información que se describirá en el proyecto y en el caso del cuantitativo como para hacer un estudio es necesario las encuestas y el análisis de la competencia, es necesario recolectar datos y hacer estadísticas para dar un pronóstico más exacto y todo esto será aplicado al emprendimiento de la fabricación de ropa deportiva en Funza Cundinamarca.

- Estudio de Factibilidad
- Estudio de Mercado
- Estudio administrativo
- Estudio financiero

4.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Los tipos de investigación que se van a aplicar al proyecto serán:

- Investigación aplicada: Se enfoca en encontrar estrategias para lograr los objetivos específicos para que puedan ser puestos en práctica, en el caso de

este proyecto se toca el tipo de investigación aplicada tecnológica pues esta genera nuevos conocimientos que pueden ser puestos en práctica con el propósito de mejorar la vida de las personas que quieren emprender.

- Investigación documental: Se obtiene información de material existente sobre el tema de investigación, se selecciona cual es el apropiado para el estudio, esto lo que permite es que se tenga la oportunidad de interpretar y mejorar los documentos de acuerdo con la interpretación del investigador.
- Investigación explicativa: se quiere crear un estudio que permita reconocer todos los factores que son necesarios para la creación de una empresa y dar un resultado previo para validar si es factible o no el negocio.
- Investigación descriptiva: Se busca dar detalles a profundidad sobre el presupuesto que se necesita para la creación del negocio, su competencia, el presupuesto en marketing y demás que se globalizan en el presupuesto maestro.

4.3 FUENTES DE INVESTIGACIÓN

Se utilizarán fuentes primarias donde se tendrá información de primera mano, costos y mano de obra que son del emprendimiento del que se tomara referencia y también fuentes secundarias ya que es necesario comparar otros estudios de factibilidad no solo con la fabricación de comercialización de ropa deportiva sino también de otros emprendimientos para determinar qué tan factible es el negocio.

4.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

La técnica que se aplicara será enfocada en la investigación cualitativa que incluye la observación y análisis documental y cuantitativo que conlleva a analizar y hace un estudio de casos que sean similares para comparar que tan factibles son otros negocios en comparación con el de la fabricación y comercialización de ropa deportiva y así determinar también si en el mercado existe la suficiente demanda como para emprender con este tipo de negocios.

4.5 INSTRUMENTOS

Los instrumentos son utilizados para recolectar información y resolver problemas de la investigación, estos son algunos de los instrumentos que se pueden usar en la investigación:

- Encuestas
- Tener clara la proyección del mercado
- Se deben tener en cuenta proyectos anteriores sobre el estudio de factibilidad, puede ser de cualquier otro tema, pero que nos permita evaluar la trazabilidad.

5. LIMITACION DE LA INVESTIGACION

El proyecto del estudio de factibilidad para la fabricación y la comercialización de la ropa deportiva se llevó a cabo en la ciudad de Funza y de aquí se estudia todo el mercado del sector, se trabajó de acuerdo con:

- Las regulaciones locales
- La demanda local
- La infraestructura
- La logística
- Temporadas deportivas
- La cultura
- Las preferencias de los consumidores Funzanos

Se establecen los recursos de

- Mano de obra
- Materia prima,
- Y un factor que se debió analizar que es muy importante es el costo de vida de los Funzanos, como mercado debemos adaptarnos a la economía del sector.

6. ESTRATEGIAS DE RECOLECCION DE LA INFORMACION

En el diseño metodológico se mencionan que se deben de manejar estrategias para la recolección de datos, esto es una parte fundamental para cualquier estudio de factibilidad, en el caso de la empresa que se dedica a fabricar y comercializar ropa deportiva, se van a desarrollar las siguientes estrategias:

Encuestas al consumidor: Para poder comprender a los consumidores es necesario conocer que necesita el consumidor, conocer sus hábitos de compras, y que tan dispuestos están a pagar por la adquisición de ropa deportiva

- Observación directa: se estudia el comportamiento de compra del consumidor
- Análisis de datos secundarios: Revisa informes de mercado, se hacen estudios sobre la industria de la moda deportiva y que tan conocedores son los consumidores de ello
- Estadísticas económicas: Se conocen las estadísticas económicas del consumidor para conocer el contexto económico del mercado.
- Separar a los consumidores por grupos: Se pretende determinar con la encuesta la cantidad de posibles consumidores y separarlo por grupos, para así enfocarse más en el grupo que sea más grande.

Investigación de los competidores: Se debe hacer un comparativo de la competencia con su marketing, precio y productos que pueden ofrecer en el mismo sector, esto permite que se busquen ideas que estén centralizadas en la innovación y destacar frente a otros mercados

Buscar colaboración y patrocinio: Existen varias compañías que se dedican no solo a financiar emprendimientos, sino que también ayudan a la capacitación del emprendedor, entre ellas encontramos en Fondo Emprender, Bancóldex, la cámara de comercio INNPULSA, que son entidades que son de estado y no solo pueden

ayudar con el factor de financiamiento, sino que también con el desarrollo de conocimientos del emprendedor

Asistir a ferias de emprendimiento: Funza como varios municipios de Cundinamarca, se destacan por apoyar a los emprendimientos, realizando constantemente ferias de emprendimiento, es importante que se tengan en cuenta este tipo de eventos para empezar a tener reconocimiento dentro del municipio, estos espacios son ideales para cuando se va a iniciar con un emprendimiento.

Reconocimiento en redes sociales: Independientemente de donde se quiera iniciar el negocio es muy importante tener en cuenta que el mayor reconocimiento de muchos emprendimientos hoy en día se debe gracias a las redes sociales, a futuro el emprendimiento quiere tener cobertura, es decir, poder llegar cada vez a más sitios del país y si se logra conseguir la financiación que se llegue con el proyecto a más sitios del mundo. No solo se habla de las plataformas sino también la publicidad, muchas marcas hoy en día crecen gracias a la publicidad pagada a los influenciadores.

Instrumento de recolección de la información:

Se selecciona una encuesta con el fin de recolectar datos y validar información que ayude a la investigación, dejando la encuesta de la siguiente forma:



MODELO ENCUESTA

EVALUACIÓN DE PREFERENCIAS DE ROPA DEPORTIVA

Le agradecemos su interés en participar en la encuesta sobre las preferencias y necesidades relacionadas con la ropa deportiva. Su opinión es de gran importancia y contribuirá significativamente a el estudio de factibilidad para el emprendimiento de fabricación y comercialización de ropa deportiva en la región.

Esta evaluación se realiza para el proyecto **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA DEPORTIVA EN EL MUNICIPIO DE FUNZA CUNDINAMARCA"**

Información Demográfica:

1. Edad:

- Menos de 18 años
- 18-24 años
- 25-34 años
- 35-44 años
- 45-54 años
- 55-64 años
- 65 años o más

2. Género:

- Masculino
- Femenino
- Otro (Especificar)

3. Ubicación

- Funza-Cundinamarca
- Mosquera-Cundinamarca
- Otra (Especificar)

Comportamiento de Compra:

4. ¿Con qué frecuencia compras ropa deportiva?

- Nunca
- Raramente
- Ocasionalmente
- Frecuentemente
- Siempre

5. ¿Dónde sueles comprar tu ropa deportiva actualmente?

- Tiendas locales
- Tiendas en línea
- Grandes cadenas de tiendas
- Tiendas especializadas en deportes
- Otras (Especificar)

6. ¿Cuánto estás dispuesto a gastar en promedio en una prenda de ropa deportiva?

Respuesta abierta

Preferencias de Producto:

7. ¿Qué tipo de ropa deportiva prefieres? (Selecciona todas las que apliquen)

- Camisetas
- Pantalones
- Sudaderas
- Shorts
- Accesorios (gorras, calcetines, etc.)
- Otros (Especificar)

8. ¿Qué colores te atraen más en la ropa deportiva?

Respuesta abierta

9. ¿Qué características valoras más en la ropa deportiva? (Selecciona todas las que apliquen)

- Calidad
- Comodidad
- Estilo
- Precio
- Marca
- Tecnología (tecnologías de rendimiento, transpirabilidad, etc.)
- Sostenibilidad

Marcas y Competidores:

10. ¿Tienes una marca de ropa deportiva favorita? Si es así, ¿cuál es?

Respuesta abierta

11. ¿Conoces marcas colombianas que creas que son reconocidas? ¿Cuál?

Respuesta abierta

12. ¿Qué opinas de la calidad de la ropa deportiva disponible en el comercio colombiano?

- Mala
- Regular
- Buena
- Excelente

Intereses Deportivos:

13. ¿Practicas algún deporte o actividad física regularmente? (Ejemplo: fútbol, ciclismo, yoga, etc.)

Respuesta abierta

14. ¿Qué tipo de ropa deportiva necesitas para tu actividad física?

Respuesta abierta

Compras en Línea:

15. ¿Estás dispuesto a comprar ropa deportiva en línea?

- Si
- No
- Tal vez

16. ¿Qué factores influyen en tu decisión de comprar ropa deportiva en línea?

Respuesta abierta

Agradecimiento y Finalización:

¡Gracias por completar la encuesta! Tu opinión es muy valiosa para nosotros. Si deseas recibir actualizaciones sobre nuestra empresa o participar en futuras encuestas, por favor, proporciona tu dirección de correo electrónico (opcional).

Cotización:

Para obtener una cotización se debe conocer el proyecto muy bien, conocer los objetivos, alcance, plazos y requisitos que sean solicitados, también es importante saber que proveedores o profesionales tengan una larga experiencia en la industria de la confección para que puedan proporcionar los servicios necesarios y dar productos de buena calidad.

Una vez se tenga clara la información necesaria en ese caso ya se podría solicitar proveedor cotizaciones específicas, se deben solicitar varias cotizaciones para que sea pueden comparar y se evalúen los costos y plazos que ayude a tomar una decisión informada.

Prueba piloto:

Consistirá en una fase inicial de implementación limitada y controlada, donde se pueden ofrecer productos de manera restringida en una ubicación específica o a un grupo selecto de clientes. El objetivo principal de esta prueba será evaluar la aceptación del producto, identificar cualquier problema potencial y ajustar los procesos antes de expandirnos a un público más amplio. Esta fase nos permitirá validar la factibilidad del negocio y perfeccionar la oferta antes de un lanzamiento completo.

7. LINEAS DE INVESTIGACIÓN

7.1 ÁREA DE INVESTIGACIÓN

- Economía y competitividad de las empresas

7.2 LINEA DE INVESTIGACIÓN

En la Universidad de Cundinamarca se establecen unas líneas de investigación translocales las cuales darán una base y fundamentarán la investigación a tratar y teniendo en cuenta todos los factores en esta investigación, su planteamiento del problema, sus objetivos y los métodos de investigación que serán aplicados, la universidad nos ayuda a determinar que la línea de investigación que se debe de seguir sería la de Gestión, emprendimiento, organizaciones sociales del conocimiento y aprendizaje que se encuentran en el acuerdo 009 del 04 de junio de 2021 del Consejo Académico.

Dentro de la línea de investigación lo primero que se debe destacar es la gestión: este proceso lo que nos permite es poder planear, organizar, construir y controlar los recursos, para lograr alcanzar los objetivos dentro de un emprendimiento. También se debe destacar el emprendimiento; que es la capacidad que tiene una persona de convertir su pasión a los negocios exitosos, y convertirlo en una oportunidad clara. Para esto podemos destacar algunas de las características que la persona o las personas que emprender deben tener, como ser creativas, deben siempre estar enfocados en la innovación, son personas que son decisivas y corren riesgos, deben tener liderazgo para llevar a cabo su idea de negocio y sobre todo debe tener disciplina y constancia, esto hará que el emprendedor sea reconocido por sus habilidades.

En la misma línea translocal nos habla de las organizaciones sociales del conocimiento que es la que promueve la creación y difusión de conocimiento en una comunidad o sociedad, con el fin de generar un impacto positivo en el bienestar social y económico de la comunidad, y el aprendizaje que es el proceso donde una persona adquiere conocimientos, habilidades y valores que esto lo adquiere por medio de la experiencia, lo que le enseñan y sobre todo lo que puede reflexionar de su entorno.

7.3 PROGRAMA

- Contaduría Pública

7.4 TEMA DE INVESTIGACIÓN

- Estudio de factibilidad

8. MARCO DE REFERENCIA

8.1 MARCO TEORICO

- La vestimenta en la prehistoria

Según hechos históricos “El Paleolítico, también conocido como la Antigua Edad de Piedra, marcó el inicio de la existencia humana. Durante esta época, nuestros antepasados utilizaban principalmente materiales naturales, como pieles de animales, hojas y plantas, para confeccionar sus ropas. El principal objetivo de estas prendas rudimentarias era proteger y aislar de los duros elementos que encontraban en su vida cotidiana.

Muchas prendas prehistóricas consistían en simples taparrabos, atados a la cintura con lianas o tendones de animales. En los climas más fríos, se utilizaban pieles de animales para crear prendas más sustanciosas. Estas prendas se adornaban a menudo con plumas, huesos, conchas y otros elementos decorativos, lo que ponía de relieve la expresión creativa incluso en los primeros estilos de vestimenta.”²

Lo que se puede determinar del texto es que con el tiempo el hombre empezó a desarrollar nuevas técnicas para la fabricación de vestimenta. Aprendió a hilar y tejer, lo que le permitió fabricar prendas más elaboradas. Las prendas de vestir de esta época eran sencillas.

² El Legado Prehistórico. (21 de Julio de 2023). <https://ellegadoprehistorico.com/hombre-prehistorico/como-era-la-vestimenta-de-la-prehistoria/>. Obtenido de www.ellegadoprehistorico.com

- La vestimenta en la antigüedad

Para esta época “La vestimenta se convirtió en un elemento importante de la cultura y la identidad. Las prendas de vestir reflejaban el estatus social, la ocupación y la religión de las personas.

Egipto: La vestimenta era elaborada con lino y algodón.

Grecia: La vestimenta era sencilla y funcional.

Roma: La vestimenta era más elaborada y sofisticada.

- La vestimenta en la Edad Media

En la Edad Media, la vestimenta era muy diferente en las diferentes clases sociales.

- ✓ Los nobles llevaban prendas elaboradas con seda y otros tejidos lujosos. Los campesinos, en cambio, llevaban prendas sencillas de lana y algodón.
- ✓ Los soldados llevaban armaduras y cascos, mientras que los campesinos llevaban ropa de trabajo.

- La vestimenta en la Edad Moderna

Edad Moderna: la vestimenta se volvió más individualista. Los hombres y las mujeres empezaron a llevar prendas de vestir que reflejaban sus gustos personales.

Siglo XVI: la vestimenta se caracterizó por su lujo y extravagancia. Los nobles llevaban prendas elaboradas con seda, terciopelo y otros tejidos lujosos.

Siglo XVII: la vestimenta se volvió más sencilla y funcional. Los hombres empezaron a llevar trajes de tres piezas, mientras que las mujeres empezaron a llevar vestidos de corte imperio. ”³

- La vestimenta en la actualidad

En la actualidad, la vestimenta es un elemento de expresión personal. Las personas pueden elegir la ropa que quieren llevar según sus gustos y preferencias.

La vestimenta también es un reflejo de la cultura y la sociedad. Las prendas de vestir que llevamos nos identifican y nos permiten comunicarnos con los demás.

“Un estudio de factibilidad se puede definir como: el análisis comprensivo de los resultados financieros, económicos y sociales de una inversión, en la fase de reinversión. Para lograr una evaluación integral que abarque los aspectos de mercado, técnicos, económicos y financieros es necesario desarrollar las distintas fases o elementos que componen un estudio de factibilidad. Cada etapa o elemento permite obtener información valiosa para evaluar la pertinencia, sostenibilidad y viabilidad de una idea u oportunidad de negocio.”⁴ Así lo resume el autor Blanco.

En Colombia existen muchas microempresas que son aquellos negocios que comercializan al por menor o al detal, pueden dedicarse a la mayoría de las actividades económicas, siempre y cuando puedan cumplir con ellas, generalmente son emprendimientos pequeños que no cuentan con más de diez (10) trabajadores y hasta un (1) solo trabajador, también realizan las actividades de producción o fabricación, de servicios o de comercio.

Dando un vistazo a las microempresas en Colombia se determina que son los emprendimientos los que generan empleo y son una importante fuente de ingresos para el país, en Cundinamarca según la cámara de Comercio de Bogotá “En 2021

³ Educahistoria. (s.f.). La evolución de la vestimenta a través de los siglos: Un reflejo de la cultura y la sociedad. Obtenido de <https://educahistoria.com/la-evolucion-de-la-vestimenta-a-traves-de-los-siglos-un-reflejo-de-la-cultura-y-la-sociedad/>

⁴Blanco, A. (2000). Formulación y Evaluación de proyectos. Caracas: Sexta edición.

el número total de empresas matriculadas y renovadas en Bogotá y los 59 municipios de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Bogotá en el departamento de Cundinamarca llegó a 470.579 empresas”⁵

Continuando con información actual para el comentario en donde se está recolectando esta información según la Cámara de Comercio de Bogotá “Entre enero - octubre de 2022 en Bogotá y los 59 municipios de la jurisdicción de la CCB aumento el número total de microempresas que se renovaron con respecto a igual período de 2021 en 7,5 % al pasar de 341.446 a 367.095 empresas.”⁶

Son necesarios algunos datos generales para empezar a hacer un análisis más central en este caso, en el comercio de Funza Cundinamarca, que con esta información general podemos determinar que tanta competencia hay en el territorio colombiano y cual la que hay en la zona de Funza en cuanto a la fabricación y comercialización de ropa deportiva.

Cuando una persona natural desea emprender de forma virtual debe de conocer todos los factores que tiene, las ventajas y los riesgos que se corre al iniciar el proyecto, tiene que hacerse a los factores comunes que tiene toda empresa, debe crear una misión, una visión, unos objetivos, trazar metas, proyectar la empresa a donde quiere llegar y crear planes de acción para su propio sostenimiento, es importante que también se constituya legalmente, independientemente de cómo se esté iniciando, es necesario que se constituya legalmente para ser reconocida ante las entidades reguladoras y cumpla con todas sus obligaciones.

Según Blanco “el principal objetivo del estudio de factibilidad de un proyecto es determinar la viabilidad social, económica y financiera haciendo uso de

⁵ Camara de Comercio de Bogota . (2021). *www.ccb.org.co*. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/observatorio/Dinamica-Empresarial/Dinamica-empresarial>

⁶ Camara de comercio de Bogotá. (2022). *www.ccb.org.co*. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/observatorio/Dinamica-Empresarial/Dinamica-empresarial/EMPRESAS-RENOVADAS-Las-MiPymes-representan-el-99-2-de-las-empresas-renovadas-y-las-micro-y-pequenas-el-97-6>

herramientas contables y económicas como lo son el cálculo del punto de equilibrio y el valor agregado, así como también el uso de herramientas financieras tales como el cálculo de la tasa interna de retorno (TIR) y el valor presente neto (VPN).”⁷

Para Mondragón “Los proyectos en el nivel de prefactibilidad o de factibilidad pueden ser elaborados mediante una distribución por temas, cada uno de los cuales aporta información complementaria para tomar una buena decisión. Así, por ejemplo, en cualquier proyecto hay aspectos relacionados con: oferta y demanda de un bien o servicio, tecnología que implica su desarrollo, tipo de organización bajo el cual va a operar, cuantificación de las inversiones necesarias, estudio de las alternativas de financiación, análisis de ingresos y costos cuando entre a operar, rendimiento que genera tanto en términos económicos como sociales e incluso impactos ambientales.”⁸

La idea de iniciar un proyecto o emprendimiento y o conocer a profundidad lo que conlleva en cuenta a presupuestos, puede causar que la idea no se ejecute o tenga los resultados esperados, es por esto por lo que es indispensable hacer un estudio de prefactibilidad.

8.1.1 ¿Qué se considera ropa deportiva?

Es importante tener clara la definición de lo que se considera ropa deportiva. “La ropa de deporte o ropa deportiva es ropa específicamente creada para la práctica de deporte, tanto por los materiales y tecnologías empleadas como por el diseño, proporcionando al deportista comodidad, seguridad y un mayor rendimiento. Además, la ropa de deporte es actualmente un producto de gran consumo y su uso

⁷ Blanco, A. (2000). *Formulación y Evaluación de proyectos*. Caracas: Sexta edición.

⁸ Mondragon Puerto, D. (2017). *Formulación y evaluación de proyectos*. Obtenido de <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1318/Formulaci%C3%B3n%20y%20Evaluaci%C3%B3n%20de%20Proyectos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>:

va más allá de la práctica deportiva, habiéndose incorporado plenamente al mercado de la moda para uso casual o informal, alcanzado en ciertos casos el estatus de icono cultural.”⁹

8.1.2 ¿Qué es confección y comercialización de ropa deportiva?

Lafayette que es una empresa colombiana define la confección como “La confección es quizás una de las fases más importantes en el proceso de producción de una prenda de vestir; aquí se define diseño, patronaje, trazos, cortes y, dependiendo de la colección a obtener, los estampados. Para llegar a ello, se debe hacer la pregunta ¿cómo lograr colecciones deportivas a través de un proceso de confección efectivo?

Paso 1. Es el diseño, se establece el número de pasos necesarios para la elaboración de una prenda o una colección; para ello, se definen características y variables como: inspiración, mercado objetivo, tipo de textil, tallaje, cantidad de cortes, proceso de personalización e insumos.

Paso 2. Es el patronaje, aquí se dibujan las partes de una prenda teniendo como referencia una ficha técnica, figurín o muestra física. En esta etapa se definen los puntos de referencia de los moldes y el escalado de las tallas necesarias que deben cortarse; se puede realizar de dos formas: manual e industrial.

En el caso de la elaboración manual, se realiza directamente sobre el papel por el patronista. Ahora bien, el proceso industrial se elabora con programas especializados.

Paso 3. Es el tiempo de reposo, consiste en desenrollar el textil en forma plegada y dejarlo reposar por un período determinado para que recupere su forma, la cual

⁹ Guías Prácticas. (2020). *www.guiaspracticas.com*. Obtenido de <https://www.guiaspracticas.com/ropa-de-deporte#:~:text=La%20ropa%20de%20deporte%20o,seguridad%20y%20un%20mayor%20rendimiento>.

pudo ser afectada al ser expuesto a procesos como el del enrollado. Este proceso previene encogimientos y, por consiguiente, fallas en las prendas.

Paso 4. Es el trazo, del correcto desarrollo de esta fase depende la optimización del textil evitando su desperdicio, en este paso se distribuyen las piezas elaboradas en el proceso de patronaje sobre el tejido previamente reposado.

Paso 5. Es la disposición de las capas del textil sobre la mesa de corte, el proceso de extendido del textil se puede hacer por medio de un carro extendedor o manualmente.

Paso 6. Es el proceso de corte en el cual se separan o dividen las piezas que componen una prenda con la ayuda de un instrumento de corte, tal como lo son:

-Cortadora vertical o circular.

-Troqueladora.

-Máquina láser.

-Tijeras.

Paso 7. Se realiza el etiquetado, en este proceso se realiza la marcación de cada una de las capas de bloques de piezas para su posterior organización a la hora de la confección, de esta forma se logra indicar lote, referencia, talla y consecutivo de las piezas.

Paso 8. Es el fusionado, este es el proceso intermedio entre el corte y la confección de una prenda en el cual se adhiere al textil un componente tejido o no tejido fusionable al cual llamamos interlón o entretela, con el objeto de proporcionarle cuerpo o refuerzo al textil, sin cambiar sus características originales. Las piezas para fusionar se definen desde el patronaje, de acuerdo con el diseño y la intención del diseñador. Las condiciones para un óptimo fusionado son tiempo, temperatura y

presión. Se recomienda que cada entretela lleve en su ficha técnica estas condiciones. Este proceso aplica generalmente para: cuellos, bolsillos, perilla, puños, pretinas, aletilla.

Paso 9. La estampación, en síntesis, es un sistema de acabado textil. Existen dos técnicas de estampación, la primera es un método directo como la serigrafía o la estampación digital, en el cual se imprimen imágenes por medio de tinta sobre el textil.”¹⁰

Lafayette es una empresa colombiana que se fundó en 1959, con tantos años de trayectoria comercializando textiles, es evidente que su permanencia en el mercado se debe a la forma en la que innovan, crean y se proyectan como empresa, tomando el estudio que se ha realizado hasta el momento, se puede determinar que Lafayette es muy conocido entre los micro proyectos textiles, muchas personas que se dedican a la confección en Colombia saben que Lafayette es una muy buena industria textil.

8.1.3 ¿Qué tipos de ropa deportiva existe?

“La ropa de deporte es ropa diseñada para realizar ejercicio físico, incluyendo el calzado, existiendo ropa de deporte específica para la mayoría de los deportes. La ropa de deporte podemos clasificarla en tres grandes grupos:

Prendas de vestir: hay gran cantidad de prendas deportivas, algunas de uso general y otras para uso exclusivo en un único deporte, como camisetas, polos, pantalones

¹⁰ Azout Abaddi, R. (2020). <https://www.lafayettesports.com.co/>. Obtenido de <https://www.lafayettesports.com.co/noticias/confeccion-deportiva/como-lograr-colecciones-deportivas-a-traves-de-un-proceso-de-confeccion-efectivo/#:~:text=La%20confecci%C3%B3n%20es%20quiz%C3%A1s%20una,coleccion%C3%B3n%20a%20obten%2C%20los%20estampados.: https://www.lafayettesports.com.co>

cortos, sudaderas, trajes de baño, mallas cortas y largas, ropa interior, sujetadores deportivos, tops, ropa de lluvia, etc.

Calzado: existe una amplia variedad de zapatillas de deporte, prácticamente todas las modalidades deportivas cuentan con modelos específicos, como running, Trail running, ciclismo, fútbol, baloncesto, etc.

Elementos protectores: muchos deportes precisan material de protección, como pueden ser guantes, gorras, cascos, tobilleras, espinilleras, coderas, suspensorios o ropa acolchada.”¹¹

8.1.4 ¿Qué características debe tener la ropa deportiva?

“Transpirabilidad: la ropa de deporte debe ser transpirable y debe ser capaz de transferir el sudor hacia el exterior alejándolo de la piel.

Secado: deben ser prendas de secado rápido, tanto para la humedad procedente del exterior por la lluvia como la procedente del sudor, para lo cual debe emplearse tejidos que absorban poca humedad.

Impermeabilidad: para practicar deporte bajo la lluvia es necesario vestir prendas impermeables, pero deben emplearse tejidos que sean a la vez transpirables para evitar la condensación del sudor.

Comodidad: la comodidad de la ropa de deporte es un aspecto básico. En algunos deportes como golf o tenis se busca ropa amplia y holgada, mientras que en otros como ciclismo o patinaje se utilizan prendas elásticas muy ajustadas por motivos de aerodinámica.

¹¹ Guías Practicas. (2020). [www.guiaspracticass.com](https://www.guiaspracticass.com/ropa-de-deporte#:~:text=La%20ropa%20de%20deporte%20o,seguridad%20y%20un%20mayor%20rendimiento). Obtenido de <https://www.guiaspracticass.com/ropa-de-deporte#:~:text=La%20ropa%20de%20deporte%20o,seguridad%20y%20un%20mayor%20rendimiento>.

Aislamiento térmico: para la práctica deportiva en invierno o con tiempo frío se emplean tejidos con capacidad aislante, pero que a la vez sean ligeros y transpirables.

Ligereza: una característica exigible en la ropa de deporte es la ligereza, para no sobrecargar al usuario con peso innecesario.

Estética: dada la notoriedad que tiene actualmente el deporte en la sociedad, la estética es un factor fundamental a la hora de diseñar ropa de deporte.

Polivalencia: en la ropa de deporte podemos encontrar tanto prendas específicas para un deporte que no admiten otro uso, como las mallas de ciclismo o el gorro de natación, hasta ropa polivalente que se puede emplear casi en cualquier ocasión, como camisetas, zapatillas de baloncesto, que se han convertido incluso en un icono cultural más allá de la práctica deportiva, dando lugar a estilos de vestir como la ropa casual, informal o sport.”¹²

8.1.5 Estudio de factibilidad

“El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar:

- Si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso.
- Si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente.

Factibilidad es el grado en que lograr algo es posible o las posibilidades que tiene de lograrse.

¹² Guías Practicas. (2020). [www.guiaspracticass.com](https://www.guiaspracticass.com/ropa-de-deporte#:~:text=La%20ropa%20de%20deporte%20o,seguridad%20y%20un%20mayor%20rendimiento). Obtenido de <https://www.guiaspracticass.com/ropa-de-deporte#:~:text=La%20ropa%20de%20deporte%20o,seguridad%20y%20un%20mayor%20rendimiento>.

Iniciar un proyecto de producción o fortalecerlo significa invertir recursos como tiempo, dinero, materia prima y equipos.

Como los recursos siempre son limitados, es necesario tomar una decisión; las buenas decisiones sólo pueden ser tomadas sobre la base de evidencias y cálculos correctos, de manera que se tenga mucha seguridad de que el negocio se desempeñará correctamente y que producirá ganancias.

Antes de iniciar el estudio de factibilidad es importante tener en cuenta que cualquier proyecto, individual o grupal, es una empresa.

Comprender e incluir esto en el concepto de proyecto es muy importante para el desarrollo de criterios y comportamientos, principalmente si se trata de propiciar cambios culturales y de mentalidad.

Esto incluye los conceptos de ahorro, generación de excedentes e inversiones, imprescindibles para desarrollar proyectos sostenibles.”¹³

Investigación de mercados

En la investigación que se desarrolla en un estudio de factibilidad se lleva a cabo un proceso sistemático de recopilación, análisis y presentación de información que sea importante para que se pueda comprender el comportamiento de los consumidores, la demanda que existe en el mercado, las tendencias, la competencia y demás factores que afectan al producto y de paso el servicio que también se quiere brindar. La investigación del mercado es una parte fundamental al momento de tomar decisiones estratégicas en cuanto a marketing y los planes de acción comerciales

¹³ Luna, R., & Chaves, D. (Marzo de 2001). *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos*. Guatemala: PROARCA/CAPAS.

que se van a ejecutar, en el proyecto de estudio que se realiza del mercado, se debe definir:

- **Objetivos de la investigación:** Lo primero es definir a que se quiere llegar con el proyecto, las lecciones aprendidas, expectativas del proyecto y sobre todo que aporte da a la sociedad.
- **Retomar información de otras investigaciones:** Se debe tener en cuenta estudios que se hayan hecho anteriormente, por lo general existen otras pruebas previas, es indispensable que se retome estas investigaciones, para poder comparar información, tomar lo que alimente la investigación que se está haciendo actualmente, y así poder delimitar que información es útil para el proyecto.
- **Diseño de la investigación:** Se debe definir que métodos de investigación se va a implementar para desarrollar el proyecto, en este caso es cuantitativa y cualitativa, También se define el tamaño del muestreo y la forma en la que se va a hacer la recolección de datos, que en este caso será por medio de encuesta.
- **Recolección de datos:** Esta parte dependerá del diseño de la investigación, se deben definir las técnicas con las que se va a hacer la recolección de los datos, en el caso de esta investigación se realizará por medio de encuestas, en donde se tomará en cuenta la opinión de los comerciantes como de los clientes, y allí se obtendrá el muestreo necesario para el estudio que se está llevando a cabo.
- **Análisis de datos:** En este punto se deben procesar y analizar los datos que se obtuvieron para empezar a filtrar información relevante y empezar a construir las conclusiones. En este punto se deben empezar a implementar herramientas estadísticas y cualitativas para este propósito. Se tomarán en cuenta los siguientes análisis:

- **Análisis del sector:** Se examina el proceso de la fabricación y la comercialización de sector que se enfoque en ropa deportiva, procesos como la innovación en cuento a tendencias, el crecimiento, la estructura y las características generales del sector o industria textil en Colombia especialmente en Cundinamarca enfocados en Funza. Este análisis incluye factores macroeconómicos, lo que exige la norma para la empresa, por el hecho de ser empresa y lo que rige la norma como mínimo para ser reconocida como tal, aquí también se debe tener en cuenta tecnologías emergentes y varios aspectos en cuento a los riesgos que puede tener el negocio.
- **Análisis del mercado:** La investigación es más específica sobre el mercado objetivo que en este caso es enfocado a la ropa deportiva. Se debe recolectar información sobre el tamaño del mercado, la demanda, los segmentos de clientes, la distribución geográfica y las características claves de los compradores. Este análisis ayuda a comprender mejor las oportunidades y desafíos que presenta el mercado.
- **Análisis de los clientes:** En la actualidad se puede ver cómo cada día las personas se preocupan por su salud física, en este punto lo que se estudia en profundidad el comportamiento, las preferencias, las necesidades y los hábitos de los clientes potenciales. Se busca identificar que motiva a los clientes a comprar, que problemas se pueden enfrentar los clientes y como se pueden satisfacer mejor sus necesidades. Esto ayuda a diseñar estrategias de marketing más efectivas y a crear productos en cuento a ropa deportiva que se ajuste a las expectativas del cliente.
- **Análisis de la competencia:** Este análisis va dirigido a la competencia que se encuentra en el sector, competencia que sea directo o indirecta en el mercado. Es muy importante identificar en que posición se quiere encontrar la empresa, las fortalezas que deben de tener desde

un principio y las debilidades que pueden tener también desde el inicio que a medida del tiempo se deben trabajar en esas debilidades y fortalecer en lo que ya se tiene más fuerza, se deben desarrollar estrategias de marketing y precios, así como que los productos que se quieran comercializar. Conocer a la competencia ayuda a identificar oportunidades para destacar en el mercado.

Estrategia de mercado

Las estrategias nos permiten planificar y crear ideas de marketing, de ventas y de finanzas, con el fin de optimizar los recursos para mejorar las ventas y destacar frente a la competencia. La estrategia de mercado es el plan de acción que una empresa utiliza para alcanzar sus objetivos comerciales y promover su producto o servicio en el mercado. Implica identificar y comprender las necesidades y deseos del cliente, así como analizar a la competencia y adaptar los productos para destacarse en el mercado.

La estrategia de mercado también implica la segmentación del mercado objetivo y la determinación de los canales de distribución más efectivos para llegar al público. Esto nos lleva a fijar precios, promoción y publicidad para generar conciencia y demanda por parte del consumidor.

Segmentación del mercado: En este punto es donde se deben dividir los consumidores en grupos cada vez más pequeños y homogéneos donde se dividen por características y necesidades similares. Con esto a lo que se quiere es llegar a adaptar estrategias de marketing que permitan satisfacer las demandas específicas de cada grupo.

Extensión de mercado: Esta estrategia se utiliza en las empresas para expandir su alcance y aumentar su participación en el mercado vigente o que se pueda expandir cada vez más a otros mercados geográficos o demográficos.

Estrategia de producto: Es la forma en la que el emprendedor busca desarrollar y posicionar sus productos en el mercado para satisfacer las necesidades de sus clientes, esto como se mencionaba anteriormente es promoviendo la innovación y características especiales de los productos que se van a comercializar.

Estrategia de distribución: Estas estrategias le darán al emprendedor herramientas suficientes, sobre todo de conceptos que debe tener muy claros para poder emprender, ya en este punto el emprendedor debe tener una idea de cómo llevar sus productos al mercado y dar gran variedad de ellos para que así el consumidor tenga de donde escoger, es muy importante escoger canales de distribución adecuados, aquí se deben crear fuertes lazos con distribuidores minoristas y crear logísticas de entrega.

Estrategia de precios: Es crucial mencionar que la empresa debe establecer lista de precios para sus productos, considerando los costos, gastos, metas financieros y sobre todo el valor del producto en comparación con los competidores. Hay que recordar siempre que la calidad es más relevante al momento de adquirir un producto.

Estrategia de promoción: Es fundamental para cualquier empresa en la actualidad, dado que vivimos en una época donde la tecnología se ha convertido en el pilar principal de los negocios. De hecho, podría decirse que, si un producto no está presente online y no logra captar al consumidor a través de internet, prácticamente será inexistente. Por lo tanto, resulta crucial utilizar diversos canales de comunicación como parte del marketing empresarial: desde publicidad tradicional hasta estrategias basadas en redes sociales y contenido informativo.

8.1.6 Estudio técnico

Es una parte esencial de la planificación en la que se analizan diversos aspectos relacionados con la factibilidad del negocio, en este estudio se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

Localización: Se refiere a la ubicación que va a tener el negocio, puede que sea físico o virtual y se debe delimitar hasta donde vamos a llegar, es decir la cobertura que se va a tener en el territorio.

Macro localización: Es la elección general de la región o el área geográfica donde se ubicará el negocio, aquí también se deben de tener en cuenta factores como la disponibilidad de la mano de obra, infraestructura general y demás aspectos que sean relevantes.

Micro Localización: Anteriormente se mencionaba que se debe delimitar para con el tiempo se busque la ampliación del negocio, aquí se debe seleccionar un sitio específico dentro de la macro localización, esta parte es más exacta y lo que busca es que se construya un establecimiento o un punto fijo al menos mientras el negocio inicia.

Aspectos geográficos: El área geográfica de una empresa es una decisión que se debe tomar teniendo en cuenta que sea un punto estratégico que permita la factibilidad de la construcción de la empresa, características topográficas, condiciones de suelos y acceso a los servicios públicos.

Aspectos socioeconómicos: Se debe analizar la demografía, el nivel económico y características sociales de la población pues esto puede afectar la demanda del producto.

Tamaño y capacidad del proyecto: Determinar la producción, capacidad y alcance esto nos permite dimensionar los recursos necesarios para desarrollar el producto.

Factores para determinar la mejor ubicación del proyecto: Se deben evaluar

- Costos
- Accesibilidad
- Recursos
- Mercado

Esto ayuda a tomar la decisión sobre la ubicación más adecuada para el negocio.

El producto: Se debe conocer detalladamente el producto que se ofrecerá, incluyendo sus características, beneficios y como se diferencia de la competencia

Necesidad de maquinaria: Identificar que maquinaria se implementara para la producción, equipos o herramienta que serán necesarias para llevar a cabo las operaciones de producción de manera eficiente

Materias primas e insumos: Analizar las materias primas y los insumos necesarios para la producción teniendo en cuenta la disponibilidad, costos y calidad.

8.1.7 Estudio administrativo

Este enfoque se centra en la en aspectos organizativos y administrativos del negocio y esto debe tener los siguientes elementos:

Planeación estratégica: Se definen objetivos a largo plazo y las acciones que son necesarios para lograrlos. Dentro de la planeación estratégica existen los siguientes componentes:

- Misión: Se resume el propósito fundamental y las actividades que se van a desarrollar dentro del negocio
- Visión: Se describe como se quiere ver la empresa a largo plazo y en donde aspira estar a largo plazo
- Políticas: A parte de las normas que rigen a las empresas, también es importante definir normatividad dentro de las mismas, esto ayudara a la toma de decisiones y las acciones en la organización
- Estrategias: Se deben crear planes detallados para lograr los objetivos donde se consideran los recursos disponibles y el entorno
- Valores: Son fundamentales para guiar el comportamiento y la cultura de la organización

Organigramas: Son el diseño gráfico de como esta estructura la empresa donde se muestran los diferentes niveles jerárquicos y las relaciones que existen entre los departamentos y las diferentes áreas de la empresa.

Planificación de recursos humanos

En la planeación de recursos humanos lo que se realiza es un proceso el cual determina las necesidades del personal, reclutamiento, selección, capacitación y desarrollo del personal necesarias para el funcionamiento exitoso de la organización

De la planificación de los recursos humanos se desprenden los siguientes métodos:

- Reclutamiento: Proceso de seleccionar candidatos potenciales para ocupar puestos en la organización
- Selección de personal: Se evalúan y se seleccionan los candidatos a más adecuados para ocupar el puesto
- Capacitación y desarrollo: Busca mejorar las habilidades y competencias de los empleados para que sean más efectivos en sus funciones

8.1.8 Estudio financiero

Este análisis se enfoca en la parte cuantitativa de la investigación y determina la situación financiera del proyecto. Este análisis tiene como objetivo evaluar la factibilidad financiera y tomar decisiones informadas sobre la inversión que se va a realizar y que se requiere para su financiamiento. Para esto se denominan ciertos elementos que se deben tomar en cuenta al momento de hacer un estudio financiero, como son los siguientes:

Inversión: Este término se refiere a los recursos económicos, bien sean propios o de un préstamo, que se destinan para llevar a cabo el proyecto. Teniendo en cuenta que se debe hacer una inversión para iniciar un emprendimiento es importante destacar que la inversión se divide en:

Financiamiento: Esta es la forma en la que se obtienen los recursos necesarios para financiar la inversión, como se mencionaba puede ser de recursos propios, préstamos o buscar alternativas de fuentes de financiamiento.

A donde se quiere llegar: Dentro de los objetivos se deben tener muy claro a donde se quiere llegar con el proyecto, para esto es necesario establecer la misión, la visión y los objetivos del proyecto, todos encaminados a conseguir la misma meta.

Ingresos: Esto es lo que se espera obtener después de la venta de los productos, es decir se refiere a las entradas de dinero, estos son fundamentales para el funcionamiento y la factibilidad económica de una empresa.

Egresos: Son los costos y gastos que se asocian a la operación de la empresa, que incluyen varios costos como:

1. **Costos de fabricación:** Son todos los costos asociados a la producción, Los costos de fabricación pueden incluir el costo de los materiales directos utilizados en la producción, la mano de obra directa involucrada en el proceso

de fabricación y los costos indirectos de fabricación, que son aquellos costos que no se pueden atribuir directamente a un producto específico, como los costos de mantenimiento de maquinaria y equipo, los costos de energía y los costos de depreciación de activos.

2. Gastos administrativos: Son los costos asociados a la gestión y administración de una empresa. Estos costos incluyen los salarios y beneficios del personal administrativo, los gastos de oficina, los gastos legales y contables, los gastos de marketing y publicidad. Los gastos administrativos son necesarios para el funcionamiento y la gestión eficiente de la empresa, pero no están directamente relacionados con la producción de bienes.
3. Costos de ventas: Son los costos asociados a la comercialización y venta de los productos o servicios de una empresa. Estos costos incluyen los gastos de marketing y publicidad, los salarios y comisiones de los vendedores, los gastos de transporte y logística.
4. Costos financieros: Son los costos asociados al financiamiento de la empresa. Estos costos incluyen los intereses pagados por préstamos o créditos, los gastos bancarios y los honorarios de asesores financieros.

Tasa de descuento: Es la tasa que se utiliza para calcular el valor presente de los movimientos o flujos futuros de la empresa.

Flujo de caja: Es el registro de los ingresos y egresos de efectivo en un periodo determinado.

Indicadores financieros: Son esas medidas que se utilizan para conocer cómo se encuentra la empresa financieramente, como el valor presente neto, la tasa interna de retorno y el índice de rentabilidad entre otros.

Estudio de factibilidad presupuestal: Un estudio de factibilidad presupuestal es un análisis que se realiza para determinar si un proyecto empresarial es atractivo financieramente. Este análisis incluye una evaluación de los costos y beneficios del

proyecto, así como una revisión de los recursos necesarios para llevarlo a cabo. es una herramienta importante para cualquier persona que esté considerando iniciar un negocio o llevar a cabo un proyecto empresarial. Este análisis puede ayudar a identificar los riesgos y oportunidades asociados con el proyecto, lo que puede ayudar a los empresarios a tomar decisiones informadas sobre cómo proceder.

Creación de empresa: En el contexto de la creación de una empresa, un estudio de factibilidad presupuestal puede ayudar a determinar si la empresa es viable financieramente y si es probable que tenga éxito en el mercado. El estudio puede incluir una evaluación de los costos iniciales de la empresa, los costos operativos continuos, los ingresos proyectados y los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

9. MARCO CONCEPTUAL

Ahora se analizará de forma detallada cada factor que es indispensable conocer de forma teórica para así reunir cada uno y formar el plan maestro.

En primera medida “La idea de negocio es, básicamente, el servicio o producto que se quiere ofrecer, la forma en que se conseguirán los clientes y cómo se espera recibir ganancias de esta. Desde aquí se tendrán en cuenta todos los aspectos de la creación de la empresa y de las decisiones que aquí se tomen dependerá en gran parte el éxito de esta.”¹⁴

Una vez se tenga la idea clara de lo que quiere realizar y se forme una visión, no tan detallada, pero si concisa, entonces definiremos que es emprendimiento, que, según Timmons, J., Zacharakis, A., & Spinelli “El emprendimiento significa tomar acciones humanas, creativas para construir algo de valor a partir de prácticamente nada. Es la búsqueda insistente de la oportunidad independientemente de los recursos disponibles o de la carencia de estos.”¹⁵

Se analiza que “El estudio de factibilidad se utiliza para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y con ello tomar la mejor decisión. Su análisis se realiza cuando el desarrollo del sistema no tiene una justificación económica establecida, existe un alto riesgo tecnológico, operativo, jurídico o no se cuenta con una alternativa clara de implementación”¹⁶

¹⁴ Creating Opportunities for a Better Life. (s.f.). *edu.gcfglobal.org*. Obtenido de <https://edu.gcfglobal.org/es/emprendimiento/que-es-el-pensamiento-lateral/1/>

¹⁵ Timmons, J., Zacharakis, A., & Spinelli, S. (2004). *Business Plans That Work*. New York: McGraw Hill Professional.

¹⁶ Torres, F. (13 de Agosto de 2012). <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3162/1/UPS-GT000318.pdf>. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3162/1/UPS-GT000318.pdf>

Continuando en la misma línea de conceptos que se deben de tener claros al momento de hacer el estudio de prefactibilidad, es momento de conocer cuales tipos de estudios de factibilidad existen. Se tienen en cuenta 6 tipos de estudios de factibilidad:

- Factibilidad operativa: Se enfoca en el área humana que tendrá la empresa, es decir sus trabajadores, en el caso del emprendimiento de la fabricación y comercialización de ropa deportiva serían los miembros de la familia que llevaran a cabo dicho proyecto.
- Factibilidad técnica: Esta nos menciona las instalaciones o el lugar donde se va a ejecutar dicha actividad y si la persona que fabricara la ropa tiene los conocimientos técnicos.
- Factibilidad económica: a este punto se tendrán en cuenta los costos, en este caso sería de la materia prima y de la maquinaria que se va a adquirir.
- Factibilidad comercial: Este análisis nos indica que debemos proyectar posibles clientes y a que publico es al que se quiere llegar
- Factibilidad política y legal: Se debe de validar si el emprendimiento y la actividad que se va a desarrollar es legal
- Factibilidad de tiempo: Indica que se debe de estimar un tiempo para llevar a cabo el proyecto y si es posible alcanzar esa meta en ese determinado tiempo.

En el modelo que se quiere crear se debe tener en cuenta todos los presupuestos tales como:

- Presupuesto maestro: Es la base con la cual se debe iniciar cualquier proyecto, este documento reúne todos los demás presupuestos que se mencionaran más adelante, estudia que recursos económicos son necesarios para realizar las actividades que se quieren llevar a cabo y las posiciona en un periodo de tiempo determinado.
- Presupuesto de operación: Este presupuesto visualiza como debe de acomodarse la empresa, que actividades debe desarrollar y en que tiempos, proyecta a la empresa en una escala de ventas que se ira modificando a lo

largo de la evolución que se tenga y dirige a la empresa a tener cada vez más una mejor administración.

- Presupuesto de ventas: En este punto podríamos decir que este presupuesto se desprende del de operación, se refleja que es tan importante el presupuesto de venta que no puede estar encerrado únicamente con el de operaciones y es necesario hablar específicamente de este presupuesto por aparte.
- Presupuesto de producción: Esta parte del presupuesto nos lleva a definir cuanto se debe de invertir para la producción.
- Presupuesto de compras: Se refiere a los costos que tiene producir las prendas deportivas.
- Presupuesto de flujo de caja: Este presupuesto da un diagnóstico de una posible entrada y salida del flujo de efectivo.
- Presupuesto de tesorería: transforma el flujo de caja en información monetaria de la empresa
- Presupuesto de marketing: Habla sobre el dinero que se debe de invertir en campañas publicitarias, estrategias de publicidad y de comunicación.

En las microempresas es muy importante resaltar a que se dedicara y para esto existen las diferentes actividades económicas y en el caso de las microempresas todo debe ser al por menor o al detal, según la Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas (CIIU) “Es una clasificación de actividades económicas por procesos productivos que clasifica unidades estadísticas con base en su actividad económica principal.”¹⁷

Para finalizar se determinan 3 grandes grupos de actividades que se pueden clasificar de la siguiente manera:

¹⁷ Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (s.f.). www.dane.gov.co. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/sistema-estadistico-nacional-sen/normas-y-estandares/nomenclaturas-y-clasificaciones/clasificaciones/clasificacion-industrial-internacional-uniforme-de-todas-las-actividades-economicas-ciiu>

Productiva: Transformación de la materia prima en un producto final para comercializar, es palpable.

En la producción se debe crear diseños para los productos que se van a comercializar, crear un catalogo para los clientes, en el caso de las prendas deportivas, que indique las características de las prendas y que la hace diferente a otras, también se debe tener en cuenta factores como materia prima y mano de obra, lo que hará que los productos sean de buena calidad y que cumplan con todas las necesidades de los clientes.

De servicios: Por medio del recurso humano se satisface alguna necesidad que requiera de un conocimiento o atención en particular, no es palpable, pero si puede ser notorio a la vista.

Es indispensable que se tenga en cuenta la mano de obra o el talento humano dentro de las empresas, y mas en el sector de la comercialización, pues las ventas dependerán de la actitud y el buen servicio al cliente con el que cuente el trabajador.

De comercio: Que se dedica a comprar o fabricar para vender un producto o un servicio.

Con las prendas deportivas es necesario brindar prendas que sean innovadoras, confortables y cómodas, su comercialización dependerá de la calidad de las prendas y la confección, pues el proyecto es sobre la fabricación y comercialización de las prendas, lo que debe garantizar que los productos cumplen con todos los estándares y requisitos que requiere una buena prenda de vestir.

10. MARCO LEGAL

La Constitución Política de Colombia establece en su artículo 333 que la actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Este artículo garantiza la libertad de empresa, la inversión, la capacidad innovadora y el emprendimiento. El artículo 333 dice “La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades.”¹⁸

En el caso del sector de la ropa deportiva en Funza, estas garantías constitucionales son fundamentales para el desarrollo de la industria. La libertad de empresa permite a los emprendedores crear sus propias empresas, la inversión facilita la obtención de recursos para la producción, la capacidad innovadora permite el desarrollo de nuevos productos y servicios, y el emprendimiento impulsa la creación de nuevas empresas y puestos de trabajo.

Normatividad aplicable al sector de la ropa deportiva en Funza

Además de la Constitución Política, existen otras normas que regulan el sector de la ropa deportiva en Funza. Entre estas normas, se encuentran:

La Ley 1480 de 2011, “La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y seguridad. El acceso de los consumidores a una información adecuada - de acuerdo con los términos de esta Ley que les permita hacer elecciones bien fundadas.”¹⁹ Indica cual es el Estatuto del Consumidor que esta ley establece los

¹⁸ Asamblea Constituyente de Colombia de 1991. (s.f.). www.secretariasenado.gov.co. Obtenido de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991_pr011.html

¹⁹ EL CONGRESO DE COLOMBIA. (2011). *LEY 1480 DE 2011*. Colombia. Obtenido: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=44306>

derechos y deberes de los consumidores, así como las obligaciones de los proveedores de bienes y servicios.

La Ley 2069 de 2020, “La ley tiene por objeto establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad.”²⁰ La ley de emprendimiento: Esta ley establece los incentivos para el emprendimiento y la creación de nuevas empresas. Se debe de mencionar que dentro de la norma que deben aplicar todas las microempresas esta la Ley 2069 del 31 de diciembre de 2020 que también promueve el emprendimiento en Colombia y es la que se fomente el crecimiento empresarial, que se consoliden y que sean en un futuro lo suficientemente sostenibles con el fin de buscar riquezas en el país.

Dentro de la factibilidad y el presupuesto se resalta el factor económico como lo primordial para iniciar un emprendimiento lo que nos lleva a tratar de buscar de alguna manera como conseguir dinero para iniciar con el proyecto, dentro de la normatividad financiera esta la Ley 1014 de 2006 que según dice la norma busca “Establecer acuerdos con las entidades financieras para hacer que los planes de negocios de los nuevos empresarios sirvan como garantía para el otorgamiento de crédito, con el aval, respaldo y compromiso de seguimiento de cualquiera de los miembros que conforman la Red Nacional para el Emprendimiento”²¹. Lo que busca esta ley es promover el emprendimiento en Colombia, dar un respaldo a aquellas personas que quieren iniciar con un negocio y otorgar beneficios, también lo que se busca con este tipo de normas es promover la sana competencia en donde tengan

²⁰EL CONGRESO DE COLOMBIA. (31 de 12 de 2020). *LEY 2069 DE 2020*. Obtenido de www.funcionpublica.gov.co:
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=160966>

²¹ El Congreso de Colombia. (2006). Ley 1014 de 2006. Obtenido de <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>

todos igualdad en condiciones y que estos emprendimientos sean generadores de empleo y así mismo crear riqueza para el país.

En una mirada más detallada sobre las microempresas, el artículo 2 de la Ley 905 de 2004, se definen como “toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana, que responda a dos (2) de los siguientes parámetros”.²²

Una de las leyes que más se destacan en este estudio de factibilidad es la Ley 1780 del 2 de mayo de 2016 “Por medio de la cual se promueve el empleo y el emprendimiento juvenil, se generan medidas para superar barreras de acceso al mercado de trabajo y se dictan otras disposiciones.”²³ Como otras leyes también busca el financiamiento para los emprendimientos, pero en este caso se enfoca que la oportunidad de respaldar al emprendedor juvenil, lo que busca la norma es que cada vez aumente el número de emprendimientos juveniles en Colombia y así mismo se promueva una cultura financiera donde todos tengan las mismas oportunidades de crear empresa.

En cuanto a normatividad que se enfoque en la fabricación y comercialización de textilería se encuentran las normas técnicas en confección que en Colombia nos habla sobre las normas de calidad que deben de tener este tipo de empresas que se dediquen a la actividad de confección, el comité 062 es el que crea las normas de confecciones y textiles, como toda empresa siempre se debe buscar estar certificados en calidad, esto permite destacar de los demás en el mercado, porque indica que como emprendedores, está cumpliendo con lo dispuesto por la ley, las

²² El Congreso de Colombia. (2004). *www.funcionpublica.gov.co*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=14501>

²³ EL CONGRESO DE COLOMBIA. (02 de Mayo de 2016). *LEY 1780 DE 2016*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=69573>

normas técnicas en textiles son varios pero para este emprendimiento se encuentra una, que es a la que más deberíamos enfocarnos que sería la NTC 730-3:2001 “Establece los requisitos específicos y los métodos de ensayo que deben cumplir las telas de tejido de punto utilizadas para confeccionar prendas de vestir, masculinas y femeninas, para uso decorativo y en el hogar.”²⁴ habla de los textiles que particularmente sean fabricados por telas de tejido de punto y de las normas técnicas de confección que sería la NTC 2509:1998 “Establece definiciones y condiciones generales, requisitos, ensayos y rotulado.”²⁵ que son textiles y confección de ropa deportiva, esto definido por las normas ICONTEC, las tenemos que tener en cuenta para ese proceso en donde se busca tener altos estándares de calidad.

²⁴ ICONTEC. (s.f.). *Textiles. Telas de tejido de punto. Requisitos específicos*. Obtenido de <https://tienda.icontec.org/gp-textiles-telas-de-tejido-de-punto-requisitos-especificos-ntc703-3-2001.html>

²⁵ ICONTEC. (s.f.). *Textiles y confecciones. Ropa para deporte*. Obtenido de <https://tienda.icontec.org/gp-textiles-y-confecciones-ropa-para-deporte-ntc2509-1988.html>

11. ESTUDIO DE MERCADO

11.1 ANALISIS DEL MERCADO

Históricamente la industria textil en Colombia “ha sido un sector muy importante en la economía del país, ha enfrentado mucha competencia y otros desafíos como la pandemia, ha tenido muy pocas garantías y mucha falta de apoyo por parte del gobierno y esto ha hecho que Colombia pierda posicionamiento encontrándose por debajo de la industria textil de China y Estados Unidos, sin embargo, se han hecho esfuerzos por recuperar poder en la industria textil.”²⁶

Es importante destacar el crecimiento de la industria textil en el país para validar que tan factible es este sector, la industria textil tradicional se ha concentrado principalmente en dos ciudades, que se reconocen con las dos ciudades con más capacidad industrial que son Bogotá y Medellín, pero en el caso de Funza al estar tan cerca de Bogotá y contar con zonas francas permite que la industria vea al municipio como un espacio en el cual se puede expandir.

El comercio la sabana occidente como tal está en constante crecimiento, aunque no exista un registro con el número exacto de crecimiento que han tenido los municipios de la sabana occidente en cuanto a comercio, en el municipio de Funza, por ejemplo se puede observar que con el paso del tiempo, se ha convertido en un municipio más llamativo, por la cercanía a Bogotá y a otros municipios, el comercio y la industria crece, esto crea más demanda para el sector, convirtiendo a Funza en un punto estratégico para formar empresa.

En cuanto a la comercialización de ropa deportiva en Funza, aunque el comercio en general ha tenido un crecimiento significativo, la ropa deportiva en el sector tiene

²⁶ PROCOLOMBIA. (9 de Febrero de 2023). *Industria textil colombiana y su crecimiento a través de la innovación y la competitividad*. Obtenido de <https://www.colombiatrader.com.co/noticias/industria-textil-colombiana-y-su-crecimiento-traves-de-la-innovacion-y-la-competitividad>

poca oferta y mucha demanda, haciendo en muchos tengan que encontrar otras alternativas para poder adquirir prendas de calidad y en ocasiones son muy costosas, el comercio virtual ha facilitado mucho el proceso de comercio, pero con el proyecto lo que se quiere es ofrecer productos de calidad y dentro del mismo sector, evitando demoras, costos de envío y que el consumidor pueda ver en tiempo real los productos que está adquiriendo, se habla de que existe más demanda que oferta en el municipio, porque hoy en día las personas se están preocupando mucho por su salud y apariencia física, lo que se quiere es ofrecer una alternativa de ropa deportiva de calidad, que sus precios sean asequibles y que se apoye la industria textil colombiana.

Ilustración 1 Balance económico. Sector textil



Fuente: SuperSociedades

Según la información que suministra el columnista Argote “El último reporte arrojó también que las ganancias alcanzaron \$609.118 millones y \$12,52 billones en materia de activos. Manufacturas Eliot fue la organización del rubro textil que logró los mayores ingresos: el año pasado llegaron a \$1,26 billones, un alza de 28,08%, manteniendo el liderato en el sector que registró en 2021.

Dos antioqueñas siguen en el listado de las textilerías más relevantes: Internacional de Distribuciones de Vestuario de Moda y Crystal ocupan el segundo y tercer lugar con \$1,04 y \$1,01 billones, respectivamente.

Permoda está en la cuarta casilla al alcanzar ingresos operacionales por \$931.566 millones, seguido de SFT Group con \$882.154 millones. En el ranking figuran otras empresas renombradas del país, como H&M (con ingresos por \$601.252 millones), Lafayette (\$430.752 millones); Arturo Calle (\$578.551 millones); y Fabricato (\$461.363 millones).

El top 3 de las que más ganaron lo integran Manufacturas Eliot, con \$54.339 millones; Nalsani, con \$83.632 millones; y STF Group, con \$67.987 millones.

El sector representa, según Procolombia, 9,4% del PIB industrial y ofrece trabajo a más de 600.000 personas.”²⁷

11.2 DELIMITACION Y DESCRIPCION DEL MERCADO

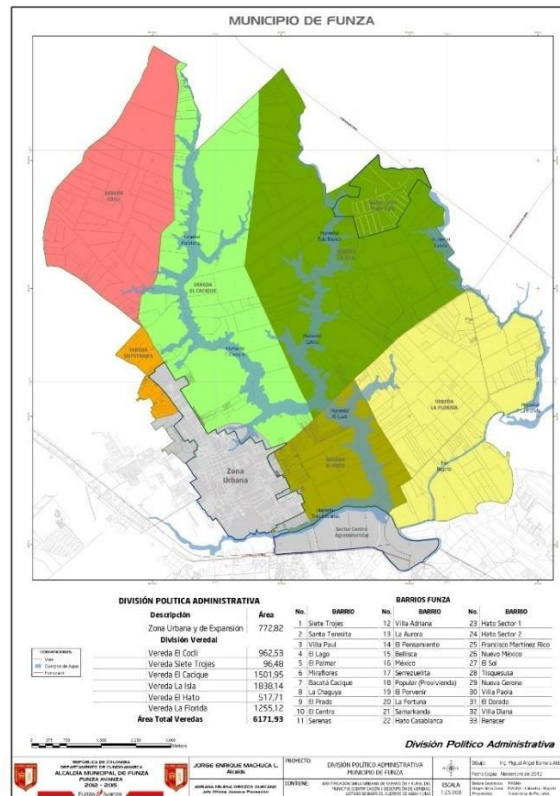
11.2.1 Delimitación geográfica

Descripción:

El departamento de Cundinamarca cuenta con 116 municipios distribuidos en 15 provincias y el distrito capital de Bogotá. Funza se encuentra en la provincia de Sabana Occidente, pertenece a la amplia área metropolitana de Bogotá por ende se encuentra en la región central de Colombia.

²⁷ ACOSTA ARGOTE, C. (27 de Junio de 2023). *La República*. Obtenido de www.larepublica.co

Ilustración 2 Mapa del Municipio de Funza - Cundinamarca



Fuente: Alcaldía Municipal de Funza

Autor: Miguel Ángel Barrera Aldana

Límites geográficos:

“Funza se encuentra a 15km de la Capital, limita al norte con Madrid y Tenjo, el Oriente con cota y Bogotá, al Sur con Mosquera y al Occidente con Madrid.

Extensión Urbana: 4 kms²

Extensión Rural: 66 kms²

Para un total de 70 kms²

Su altura sobre el nivel del mar es de 2.548 m, y su altitud de 4° 43.

Norte: Madrid y Tenjo

Oriente: Cota y Bogotá

Sur: Mosquera

Occidente: Madrid

Extensión total: 70 Km²

Altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar): 2.548 metros

Temperatura media: 14°C

Distancia de referencia: 15 km²⁸

11.2.2 Vías de acceso

Funza, al estar ubicada cerca de Bogotá, cuenta con diversas vías de acceso que conectan la ciudad con la capital colombiana y otras regiones circundantes. Autopista Medellín-Bogotá vía Bogotá - Siberia: Esta es una de las principales autopistas que conecta Funza con Bogotá y otras ciudades importantes de Colombia, como Medellín. Vía a Madrid: La vía que conecta Funza con Madrid, otro municipio cercano, es una ruta importante para quienes se desplazan desde el occidente de Bogotá hacia Funza. Vía a Mosquera: Mosquera es otro municipio vecino de Funza. Calle 13: Es una de las principales arterias viales que conecta Funza con Bogotá.

Transporte público: Funza también cuenta con opciones de transporte público, como buses.

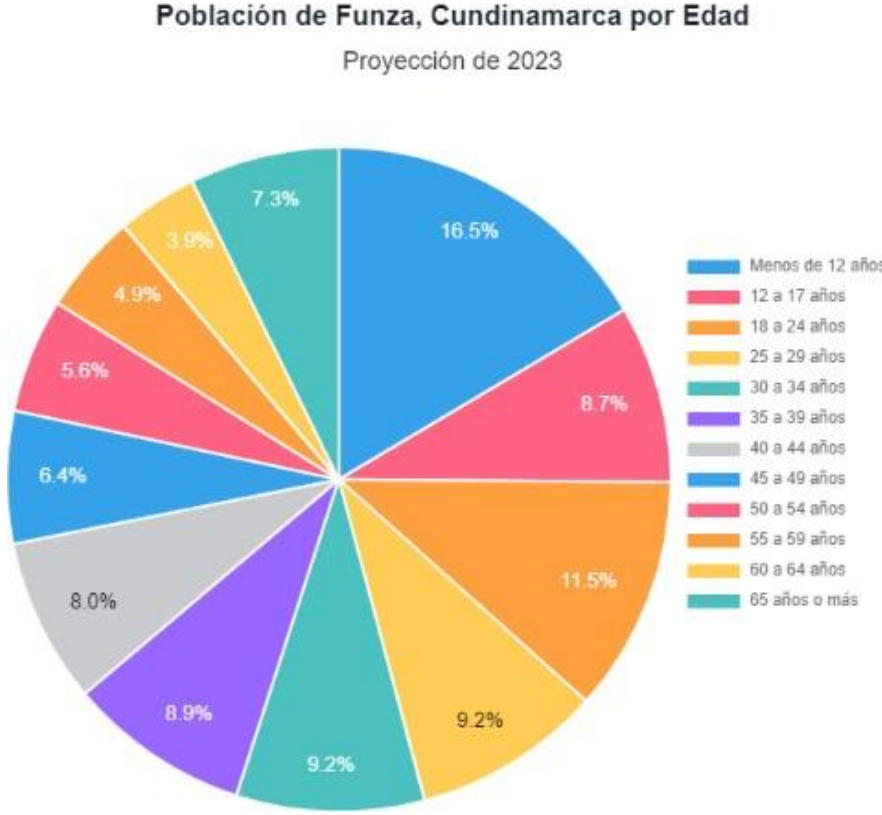
²⁸ Observatorio Regional Ambiental y de Desarrollo Sostenible del Río Bogotá. (s.f.). *El Observatorio y los municipios: Funza*. Obtenido de <https://orarbo.gov.co/es/el-observatorio-y-los-municipios/informacion-general-municipio?cd=26d2869c0a68c59f9488c3d3e9d421e5>

Aeropuertos: Funza se encuentra muy cerca de Bogotá donde se encuentra el Aeropuerto Internacional El Dorado.

11.2.3 Descripción de características de la población

De acuerdo con el reporte del DANE para 2023 Funza tiene 111.675 habitantes: 57.143 mujeres (51,2%) y 54.532 hombres (48,8%), los habitantes de Funza representan el 3,2% de la población total de Cundinamarca en 2023.

Ilustración 3 Población de Funza, Cundinamarca por Edad



Fuente: Proyecciones del DANE para 2023 con base en el censo de 2018

La relación en edades y genero el DANE la presenta de la siguiente forma:

Ilustración 4 Población de Funza por edad y sexo en 2023

Edades	Mujeres	Hombres	Total
Menos de 12 años	9,181	9,212	18,393
12 a 17 años	4,716	4,955	9,671
18 a 24 años	6,267	6,571	12,838
25 a 29 años	5,074	5,207	10,281
30 a 34 años	5,152	5,088	10,240
35 a 39 años	5,023	4,873	9,896
40 a 44 años	4,563	4,401	8,964
45 a 49 años	3,733	3,464	7,197
50 a 54 años	3,299	2,930	6,229
55 a 59 años	2,968	2,485	5,453
60 a 64 años	2,475	1,902	4,377
65 años o más	4,692	3,444	8,136
Total	57,143	54,532	111,675

Fuente: Proyecciones del DANE para 2023 con base en el censo de 2018

Según el código de infancia y adolescencia, en Funza hay 18,393 menores de 12 años: 9,181 niñas (49.9%) y 9,212 niños (50.1%). Los menores de 12 años representan el 16.5% de la población total de Funza en 2023. En cuanto a los adolescentes Funza tiene 9,671 adolescentes: 4,716 mujeres (48.8%) y 4,955

hombres (51.2%). Los adolescentes representan el 8.7% de la población total de Funza en 2023.

En cuanto a las personas mayores de edad, según el DANE, Funza tiene 83,611 personas mayores de 18 años: 43,246 mujeres (51.7%) y 40,365 hombres (48.3%). Los mayores de edad representan el 74.9% de la población de Funza en 2023. Y de los adultos mayores Funza tiene 12,513 adultos mayores: 7,167 mujeres (57.3%) y 5,346 hombres (42.7%). Los adultos mayores representan el 11.2% de la población total de Funza en 2023.

11.3 ANALISIS DE LA DEMANDA

11.3.1 Identificación de la demanda

La encuesta desempeña un papel esencial para identificar factores cruciales en la demanda de los productos. La población que se estudia se encuentra entre los 18 a 65 años en Funza y sus municipios aledaños, lo que nos brinda la oportunidad de investigar cómo los consumidores quieren los productos en función de sus necesidades. Además, esta investigación nos permite analizar el comportamiento de los consumidores.

El análisis de la demanda es fundamental para comprender el nivel de interés que los consumidores tienen en los productos que se fabrican y se comercializan. Puede describirse como la cantidad de personas que desean adquirir los productos, cuánto están dispuestas a pagar por ellos y la competencia a la que se enfrenta el emprendedor.

A lo largo de la investigación se ha observado que la demanda predominante en el municipio y sus alrededores proviene en su mayoría de mujeres, con edades entre los 18 y los 54 años. La mayoría de estos individuos están involucrados en

actividades deportivas o de acondicionamiento físico. Con el tiempo, la población ha comenzado a priorizar su salud física, lo que se traduce en una búsqueda de comodidad y confort en las prendas que desean adquirir.

Un factor crucial es la limitada oferta de ropa deportiva disponible en el municipio, junto con el desconocimiento de algunas marcas colombianas. La iniciativa busca abordar estas carencias al ofrecer una amplia gama de productos diseñados por un emprendimiento colombiano. La visión es que estos productos sean innovadores y cumplan con todas las expectativas de los consumidores, proporcionando comodidad, calidad y estilo a aquellos que buscan mejorar su bienestar físico a través del deporte complementando sus entrenamientos con ropa deportiva cómoda y de calidad.

11.3.2 Comportamiento de la demanda

Uno de los aspectos más destacados en el comportamiento de la demanda es la percepción de la oferta local. Los consumidores en Funza enfrentan un desafío en la búsqueda de productos que ofrezcan una combinación equilibrada de estilo, funcionalidad y comodidad dentro del mercado local. La limitada disponibilidad de opciones de calidad ha abierto una ventana de oportunidad clara para emprendedores colombianos que buscan satisfacer estas crecientes necesidades de los consumidores locales.

En este contexto, la comodidad y la calidad emergen como atributos importantes que los consumidores valoran en sus prendas deportivas. La ropa debe permitir una experiencia de ejercicio sin restricciones y, al mismo tiempo, cumplir con estándares elevados de calidad. Esta priorización de la comodidad y la calidad es un rasgo distintivo en el comportamiento de la demanda.

11.3.3 Demanda a Futuro

La fabricación y comercialización de ropa deportiva en Funza, tiene un potencial de crecimiento en los próximos años esto teniendo en cuenta los posibles factores que se pueden dar a largo plazo:

- ✓ El aumento de la población en Funza, que ha crecido en un 20% en los últimos 10 años, para la comercialización de las prendas se proyecta un 10%
- ✓ El aumento de la participación en actividades deportivas bien sea como pasatiempo o como profesión
- ✓ La creciente popularidad de la ropa deportiva como una forma de moda

Demanda estimada = Producción diaria * número de días trabajados

$$= (8 \text{ prendas}) * (5 \text{ días de la semana})$$

$$= 40 \text{ prendas a la semana}$$

$$= 120 \text{ prendas al mes}$$

Este promedio vario ya que el tiempo en cada prenda cambia, al final del ejercicio se establece que el mes se pueden fabricar un aproximado de 180 a 200 prendas en el mes, la formula anterior es solo un aproximado.

Incremento de la demanda = (Prendas fabricadas por semana) x (1 + 10% de aumento de la población)

$$\text{Incremento de la demanda} = (40) \times (1 + 10\%)$$

Incremento de la demanda = 44 prendas fabricadas por semana

- ✓ El incremento del 10% es por año

A continuación, se darán posibles escenarios de demanda en cuanto a la fabricación de ropa deportiva que se puede presentar:

- Escenario optimista: Si es el caso de que la población crezca en un 20% y de ese porcentaje corresponda que el 10% corresponda al aumento de compradores de ropa deportiva en el municipio

En un escenario optimista, el estudio podría concluir que el negocio es viable.

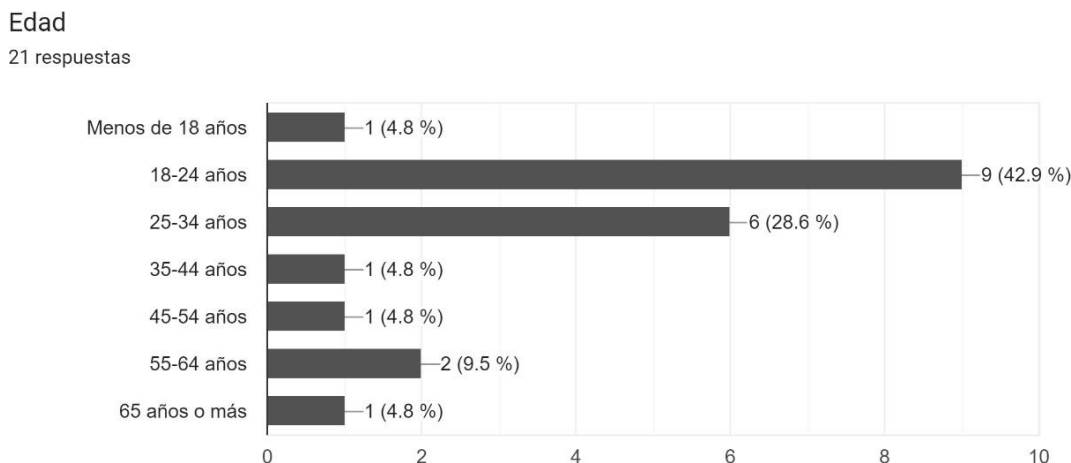
Esto podría deberse a una serie de factores, como:

- Una alta demanda de ropa deportiva en Funza.
 - Costos de fabricación y comercialización bajos.
 - Una competencia en el mercado moderada.
- Escenario pesimista: La demanda de ropa deportiva en Funza es baja. Esto podría deberse a una serie de factores, como:
 - Un bajo nivel de actividad física de la población.
 - La disponibilidad limitada de instalaciones deportivas.
 - La preferencia de la población por ropa deportiva de marcas internacionales.
 - Los costos de fabricación y comercialización son elevados. Esto podría deberse a una serie de factores, como:
 - La utilización de materiales y procesos de producción costosos.
 - La necesidad de utilizar canales de distribución especializados.
 - La competencia de empresas establecidas en el mercado.
 - La competencia en el mercado es fuerte. Esto podría deberse a la presencia de empresas establecidas con una fuerte presencia en el mercado.

Resultado de la encuesta

Los datos que se lograron recolectar de la encuesta, se toma un total de 21 personas que habitan la sabana occidente en general, pero especificando que las preguntas van dirigidas a Funza Cundinamarca como principal objetivo para la encuesta, se hacen un total de 16 preguntas, las preguntas van enfocadas en obtener resultados sobre las preferencias de la población, con qué frecuencia adquieren sus prendas deportivas, cuanto estarían dispuestos a pagar o cuanto invierten en el mes en estas prendas, edad y género, preguntas que aporten a la investigación datos reales sobre las necesidades a satisfacer de los clientes.

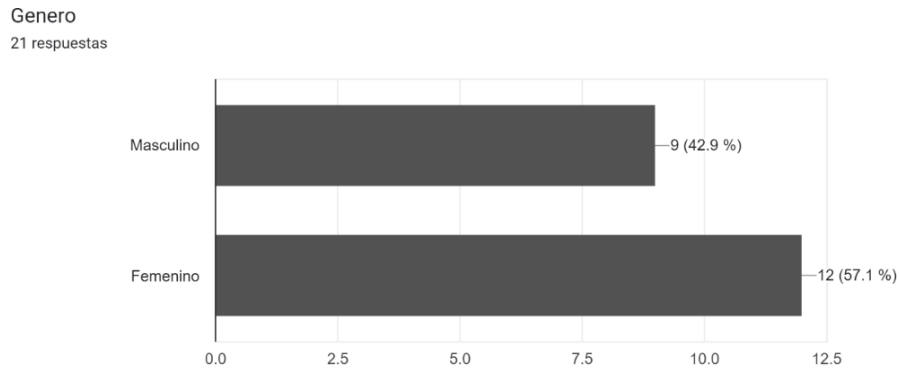
Ilustración 5 Información Demográfica. Edad.



Fuente: Propia del autor, resultado de la encuesta practicada para investigación de mercado

El muestreo de la encuesta arroja que la población más alta podría estar entre la edad de 18-24 años ocupando un 42,9% seguido de la población entre los 25-34 años ocupando el 28,6% determinando así que la población más llamativa estaría entre los 18 a los 34 años.

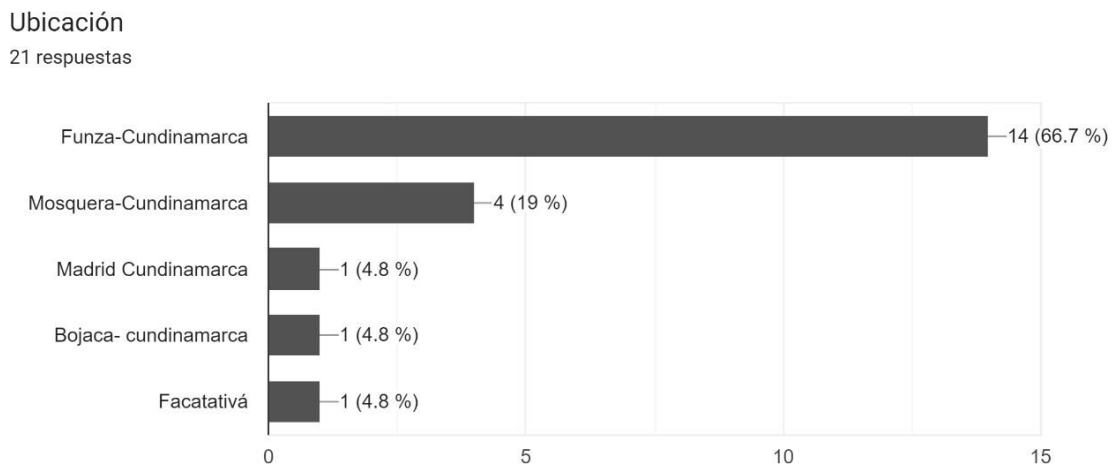
Ilustración 6 Información Demográfica. Género



Fuente: Propia del autor, resultado de la encuesta practicada para investigación.

En el estudio geográfico se destaca que hay más mujeres que hombres en el municipio de Funza, según lo que arroja el DANE, En la encuesta también se determina que, de acuerdo con los datos recolectados, la mayoría de las personas que contestas son del género femenino, para cubrir con la demanda es necesario ofrecer un poco más de productos dirigidos a este género, pues sería la población con más fuerza en el municipio.

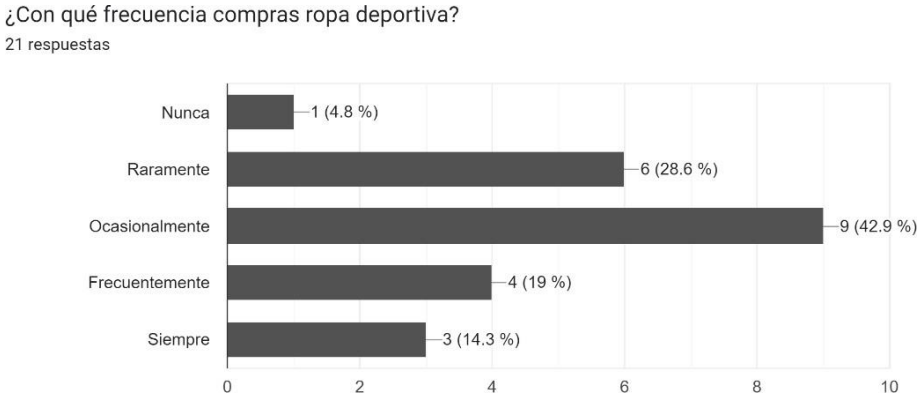
Ilustración 7 Información Demográfica. Ubicación



Fuente: Propia del autor, resultado de la encuesta practicada para investigación de mercado

Los datos recolectados estaban enfocados en gran parte al municipio de Funza, pero es importante saber que tan llamativo es el producto que se va a ofrecer, no solo para este municipio si no para la sabana occidente, teniendo en cuenta que la visión del emprendimiento es crecer a largo plazo y abarcar las necesidades de los consumidores, sin embargo, para poder sustentar el mercado en el municipio la gran parte de los encuestados son residentes de la ciudad de Funza.

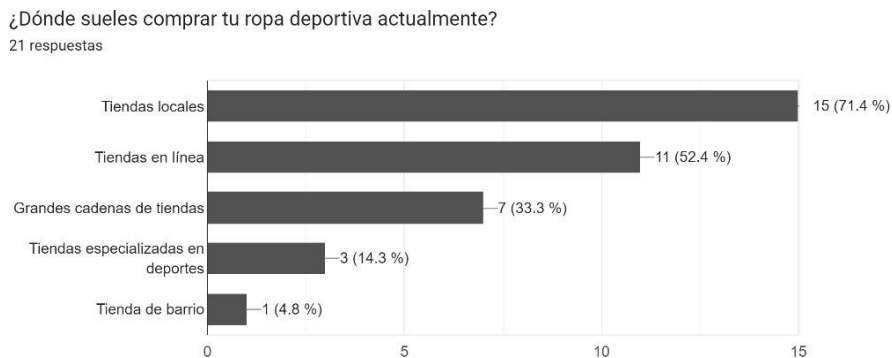
Ilustración 8 Comportamiento de Compra. Frecuencia con la que se compra ropa deportiva en el municipio.



Fuente: Propia del autor, resultado de la encuesta practicada para investigación de mercado

Según el análisis de mercado, el comportamiento del consumidor en el municipio se ve afectado por la falta de oferta, la falta de apoyo para los deportistas y la escasez de productos de calidad. Estos factores pueden desmotivar a los consumidores a comprar ropa deportiva.

Ilustración 9 Comportamiento de Compra. En donde se frecuenta adquirir las prendas deportivas



Fuente: Propia del autor, resultado de la encuesta practicada para investigación de mercado

Algunas personas prefieren comprar en tiendas físicas por motivos de seguridad, confianza y servicio al cliente. La interacción directa con el vendedor genera confianza en la calidad de los productos. Esta relación de momento no se puede replicar en las compras virtuales o por lo menos se debe esforzar más el vendedor al vender por internet para que el cliente pueda percibir la disposición y el servicio al cliente que se quiere prestar.

Ilustración 10 Comportamiento de Compra. Disposición de compra

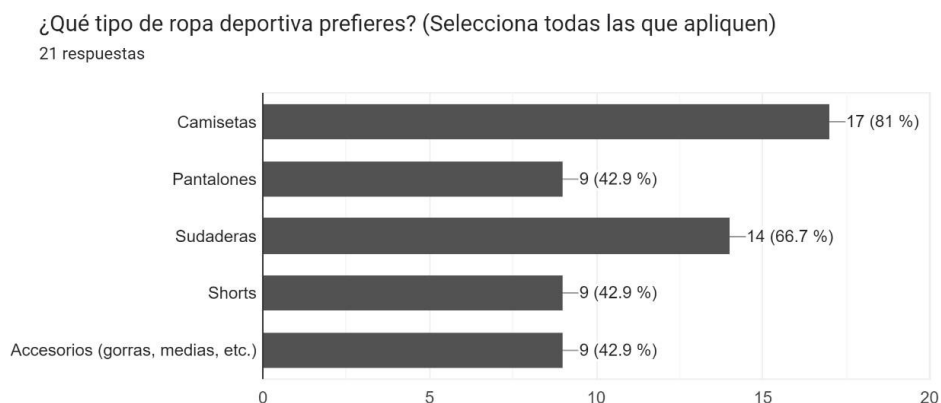


Fuente: Propia del autor, resultado de la encuesta practicada para investigación de mercado

Es importante estudiar la parte socioeconómica porque nos ayuda a obtener información sobre los consumidores y que tanto están dispuestos a pagar por un producto, en cuanto a la situación económica actual de Colombia, el país ha experimentado un crecimiento sostenido en los últimos años, aunque la pandemia del COVID-19 ha afectado a la economía y ha generado incertidumbre.

En el municipio de Funza Cundinamarca la economía se basa principalmente en la agricultura, el comercio de bienes y servicios y de las industrias manufactureras. Con el mercado de la ropa deportiva en Colombia, se espera que siga creciendo en los próximos años, impulsado por el aumento de la actividad física y la preocupación por la salud y el bienestar. También hay una demanda creciente de ropa deportiva de alta calidad y con diseños innovadores.

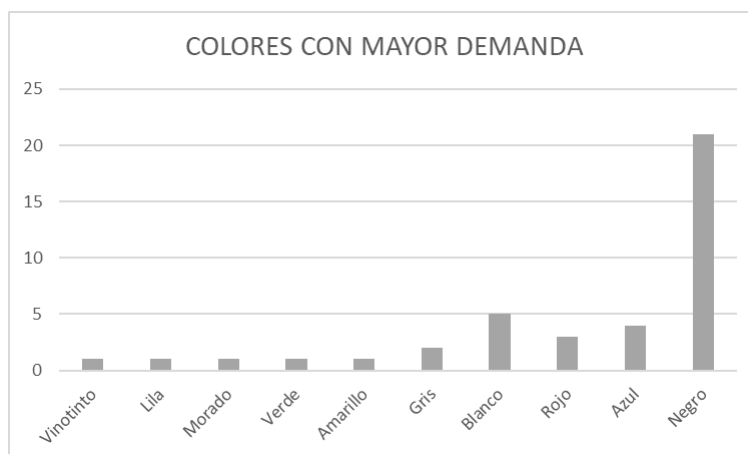
Ilustración 11 Preferencias de Producto. Prendas con más demanda



Fuente: Propia del autor, resultado de la encuesta practicada para investigación de mercado

El municipio se caracteriza por sus eventos que se dirigen al apoyo de los deportistas en el territorio Funza, es muy importante esta información, pues nos indica cuales de los productos que se tendrían disponibles es el de mayor demanda para poder cubrir con las necesidades de los consumidores, entre las prendas más destacadas estarían las camisetas y las sudaderas.

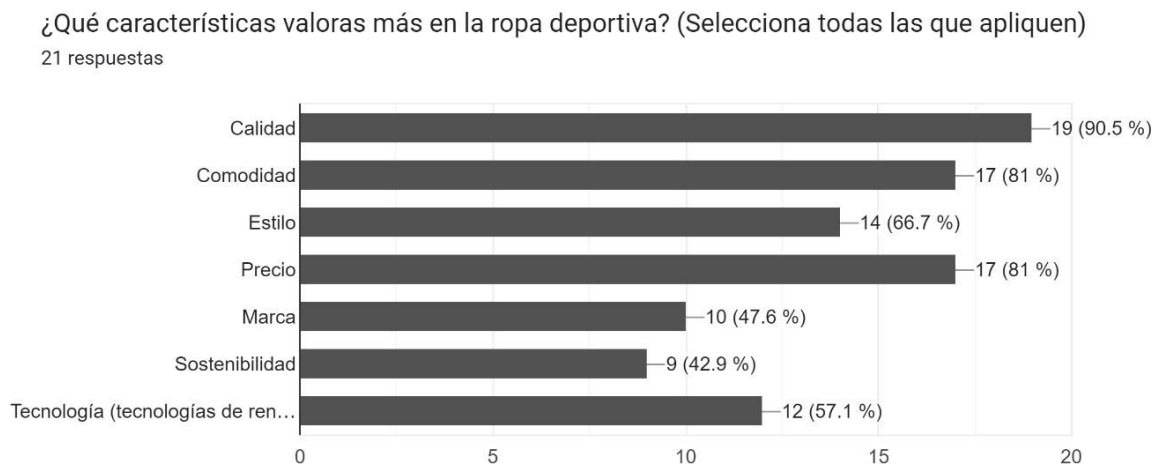
Ilustración 12 Preferencias de Producto. Colores con más demanda



Fuente: Propia del autor, resultado de la encuesta practicada para investigación de mercado

Con los datos obtenidos se identifica que el color más destacado es el negro, la preferencia de colores de determina por la personalidad del cliente, que se relaciona a la seriedad y la reserva, suelen ser personas que valoran la privacidad, la independencia y la autorreflexión. Por otra parte, el segundo color más llamativo para los consumidores es el blanco que por lo general son personas que su personalidad está asociada a la sinceridad y la transparencia.

Ilustración 13 Preferencias de Producto. Lo que busca el consumidor al momento de seleccionar prendas deportivas

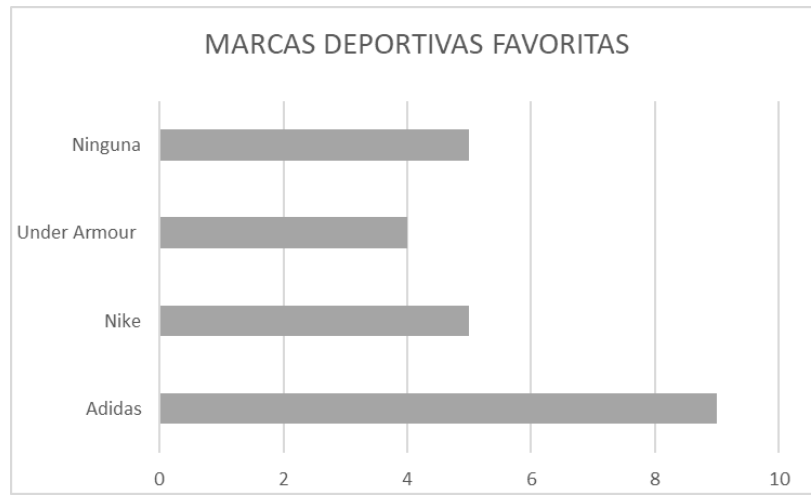


Fuente: Propia del autor, resultado de la encuesta practicada para investigación de mercado

Las características más importantes para los consumidores son la calidad, la comodidad y el precio, Estas características son importantes porque los consumidores buscan ropa deportiva que sea cómoda, funcional y atractiva. Las empresas que ofrecen productos que cumplen con estas características son más propensas a tener éxito.

Ahora bien, las empresas también deben estar enfocadas en ofrecer productos sostenibles. Esto significa que deben buscar la forma de disminuir el impacto ambiental sobre la ropa deportiva. Esto es importante porque los consumidores están cada vez más preocupados por el medio ambiente.

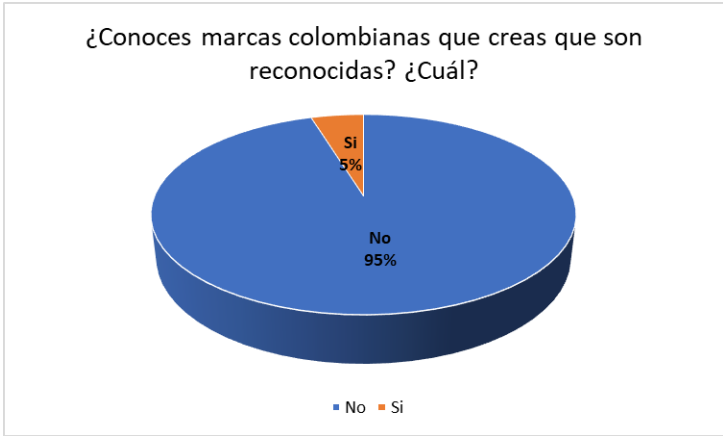
Ilustración 14 Marca y competidores. Marcas que prefieren los consumidores



Fuente: Propia del autor, resultado de la encuesta practicada para investigación de mercado

Dentro de la recolección de datos se identifican cuales son las marcas de ropa deportiva más reconocidas en el municipio. Los resultados mostraron que las marcas más conocidas son Adidas y Nike, debido a su trayectoria y reconocimiento. Sin embargo, las ventas en línea están ganando una gran parte de mercado, por lo que las empresas de ropa deportiva locales deben centrarse en ofrecer productos y servicios que sean competitivos.

Ilustración 15 Marca y competidores. Marcas que prefieren los consumidores en el municipio de Funza Cundinamarca

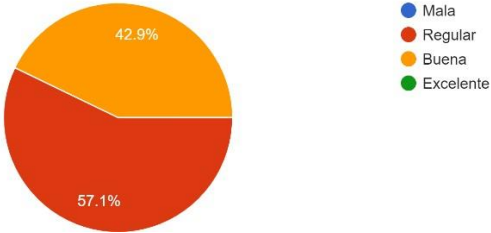


Fuente: Propia del autor, resultado de la encuesta practicada para investigación de mercado

De las marcas que se encuentran dentro del municipio, muy pocas son reconocidas, un gran porcentaje de los consumidores no conocen las empresas que fabrican y comercializan prendas deportivas dentro del municipio de Funza, lo que nos abre paso a determinar que la competencia dentro del territorio es muy poca.

Ilustración 16 Marca y competidores. Calidad de las prendas deportivas hechas en Colombia

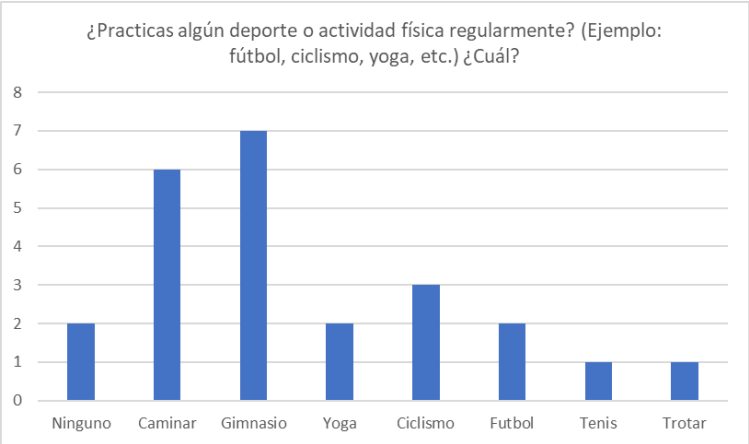
¿Qué opinas de la calidad de la ropa deportiva disponible en el comercio Colombiano?
21 respuestas



Fuente: Propia del autor, resultado de la encuesta practicada para investigación de mercado

Según una encuesta realizada a consumidores de ropa deportiva en Colombia, la calidad de las prendas es considerada como regular. Esto se debe a que muchos fabricantes prefieren invertir en telas de otros países, de muy mala calidad, pero con precios muy bajos. La mala calidad de las prendas genera inconformidad en los consumidores, quienes buscan mejores marcas.

Ilustración 17 Intereses deportivos. Deporte que practican los consumidores



Fuente: Propia del autor, resultado de la encuesta practicada para investigación de mercado

El 70% de las personas encuestadas practican algún deporte o actividad física regularmente, mientras que el 30% de las personas encuestadas no practican ningún deporte o actividad física regularmente. Las empresas que ofrecen productos y servicios relacionados con el deporte pueden aprovechar esta tendencia. Las empresas pueden desarrollar productos y servicios que hagan que la actividad física sea más accesible y atractiva para las personas.

Ilustración 18 Intereses deportivos. Prendas deportivas con más demanda

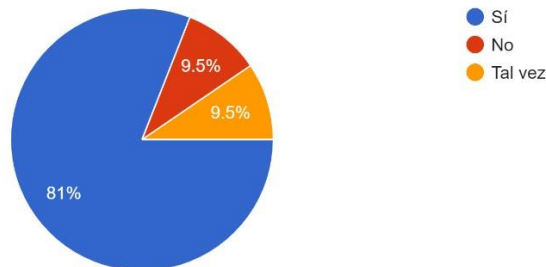


Fuente: Propia del autor, resultado de la encuesta practicada para investigación de mercado

Según los datos recolectados el porcentaje del 64% de las personas necesitan sudaderas, seguido de licras (17%), camisas (14%), chaqueta (12%), pantalón (10%), shorts (8%), medias (2%) y tenis (2%). Para llevar a cabo sus actividades deportivas.

Ilustración 19 Compras en línea. Disposición de comprar en línea.

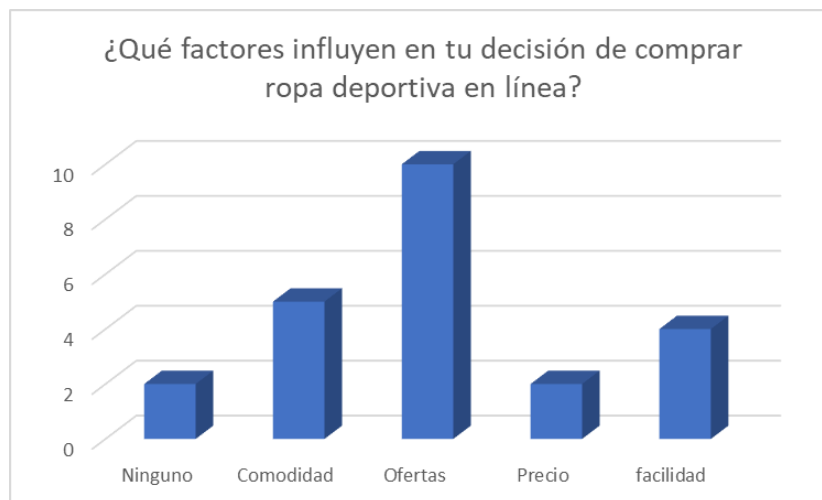
¿Estás dispuesto a comprar ropa deportiva en línea?
21 respuestas



Fuente: Propia del autor, resultado de la encuesta practicada para investigación de mercado

A raíz de la pandemia se aumentaron las compras por internet se evidencia de gran manera. La venta de ropa deportiva en línea ofrece una serie de ventajas competitivas en comparación con la venta en tiendas físicas. Se tiene mayor alcance y disponibilidad, menos costos operativos, mayor facilidad para mostrar y vender productos y otros factores que permiten que mejore la experiencia de los clientes. El comercio electrónico o e-commerce tiene varias ventajas en el comercio textil, especialmente en la comercialización de ropa deportiva. Algunas de las ventajas más relevantes son la ampliación del alcance geográfico, la reducción de costos, la mayor comodidad y conveniencia para los clientes

Ilustración 20 Compras en línea. Que motiva al consumidor a comprar por internet



Fuente: Propia del autor, resultado de la encuesta practicada para investigación de mercado

Las personas prefieren comprar por internet por su comodidad, disponibilidad, precios competitivos y la posibilidad de comparar productos y leer reseñas de otros compradores.

11.4 ANALISIS DE LA OFERTA

De acuerdo con la información recolectada se determina que no hay suficiente oferta en el municipio que abarque la demanda que se tiene frente a la ropa deportiva, en Funza se presenta una situación interesante en el mercado local, en primer lugar, existe una notable carencia significativa de opciones de ropa deportiva de calidad. Los consumidores se encuentran con una oferta limitada en términos de estilo, marca y diseño dentro del mercado local. Esta falta de diversidad en la oferta de productos crea una oportunidad evidente para emprendedores locales que buscan llenar este vacío y satisfacer las necesidades no cubiertas de los consumidores locales.

Un aspecto importante que destacar es la relativa escasez de marcas colombianas que sean conocidas en el mercado comúnmente. Aunque algunas marcas han ganado reconocimiento, muchas aún no han alcanzado un nivel de notoriedad significativo entre los consumidores en Funza. Esto sugiere que existe un espacio para el crecimiento y la consolidación de marcas locales en el mercado de ropa deportiva.

Además, el análisis de la oferta señala la oportunidad de ofrecer productos que combinen estilo, funcionalidad y comodidad para satisfacer las demandas de los consumidores locales. La falta de opciones de calidad en el mercado actual hace que los consumidores estén dispuestos a explorar y adoptar nuevas marcas y productos que cumplan con sus expectativas en cuanto a calidad y estilo.

En este contexto, la innovación en diseño y tecnología de tejidos puede ser un factor importante en la oferta de ropa deportiva. La capacidad de ofrecer productos innovadores que se adapten a las necesidades cambiantes de los consumidores puede ser un punto fuerte para las empresas locales que buscan competir en el mercado.

Finalmente, aunque la oferta local se encuentra limitada, es crucial reconocer que la verdadera competencia se encuentra en el ámbito digital. El mercado digital ofrece una amplia gama de opciones para los consumidores y la capacidad de llegar a un público más amplio. Las estrategias de marketing en línea y la expansión de la presencia digital son esenciales para competir de manera efectiva y para lograr un alcance más allá de las fronteras geográficas locales.

11.4.1 Proyección de la oferta

- Oferta proyectada = Capacidad de producción * Eficiencia de la producción
- = (8 prendas diarias) * (80% de producción)
- = 6,4 Aumento de la oferta

11.5 COMPETENCIA

La competencia local en Funza se identifica a partir de trabajo de campo, se analiza tanto la competencia local que se encuentre por establecimiento de comercio como las tiendas virtuales. La combinación de estos dos enfoques, el análisis de la competencia local y el estudio de la competencia digital nos da una visión completa del panorama competitivo en Funza. Esta información es esencial para tomar decisiones sobre la estrategia de marketing, precios, productos y la forma en la que se quiere llegar en el mercado para destacar entre la competencia y satisfacer las necesidades de los clientes de manera efectiva.

11.5.1 Identificación y ubicación de la competencia

Tabla 1 Establecimientos de comercio de ropa deportiva en Funza

Tienda física	Ubicación	Popularidad	Tamaño	Oferta	Red Social o pagina de internet
Sports and Racing Boutique	Funza	Popular	Pequeño	Tienda Deportiva: 28 años en Funza Equipos para entrenamiento físico Artículos Deportivos Accesorios para motocicletas	Facebook Instagram
Duff Sport Estampados y Ropa Deportiva	Funza	Popular	Pequeño	Marca de ropa deportiva, estampados en general para buzos, camisetas, gorras, mugs, punto de fábrica de uniformes deportivos	Facebook
Cavaliere	Funza	Popular	Mediano	Fabricación de indumentaria para ciclismo	Facebook Instagram
Patines Funza - Atahualpa Deportes	Funza	Popular	Pequeño	Ropa y calzado deportivo para patinadores	No cuenta

Fuente: Propia mediante la recolección de datos obtenidos desde internet y validando en puntos físicos la existencia de los establecimientos de comercio.

Tabla 2 Marcas digitales que comercializan en el municipio con mayores seguidores en Instagram

Tienda física a través de Instagram	Ofrecen envíos	Cantidad de seguidores	Oferta
Ropa deportiva BABALÚ	Envíos Nacionales e internacionales	231.000	Marca 100% Colombiana Ropa deportiva y Vestidos de baño
Tenfitco	Envíos Nacionales e internacionales	120.000	11 tiendas físicas oficiales Fabricantes con 20 años de experiencia Ventas Detal y Mayorista
Maliclothesg	Envíos Nacionales	38.500	Fabricante Ventas detal y mayorista
Cavaliere	No especifica	2.982	Fabricación de indumentaria para ciclismo

Fuente: Propia mediante la recolección de datos obtenidos desde internet y validando en Instagram los datos de seguidores de la posible competencia virtual

11.5.2 Análisis de precios de la competencia

Tabla 3 Productos y precios en promedio de la competencia

Producto	PRECIO POR PAGINA			
	Ropa deportiva BABALÚ	Tenfitco	Maliclothesg	Cavaliere
Pantalon de sudadera Jogger leggins	100.500	69.900 a 79.900	85.000 a 90.000	No tienen disponible
Shorts	48.000 a 128.000	36.000 a 64.900	45.000	45.000 a 64.000
Camisa o blusa deportiva	47.000 a 137.000	24.000 a 50.000	37.000 a 95.000	No tienen disponible
Chaqueta	91.800 a 228.000	70.000 a 85.000	No tienen disponible	40.000 a 180.000

Fuente: Propia mediante la recolección de datos obtenidos desde internet y validando catálogos que suministran sus páginas de internet

Después de la recolección de estos datos se puede determinar que los precios de la competencia oscilan entre los \$24.000 a los \$228.000 de las páginas de internet de cada una de las marcas, se deben tener en cuenta que la recolección de los datos se toma con marcas que sean colombianas y que los precios estén dentro del presupuesto que arroja la encuesta de los consumidores.

11.5.3 Comercialización

La comercialización de una línea de productos de ropa deportiva se lleva a cabo mediante un enfoque estratégico que abarca tanto los establecimientos de comercio físicos como la presencia en línea. La estrategia se centra en llegar a Funza y si es posible a municipio aledaños.

En el contexto de los establecimientos de comercio físicos, se tiene la opción de buscar asociaciones con otros establecimientos. Algunas de estas empresas cuentan con múltiples establecimientos comerciales ubicados en diferentes zonas de la Sabana de Occidente. Esta estrategia nos brinda un mayor reconocimiento en

el mercado local y genera confianza entre los consumidores. Los clientes pueden visitar estos establecimientos físicos para conocer los productos de primera mano, recibir asesoramiento personalizado y realizar sus compras.

Además, es fundamental reconocer que la verdadera competencia se encuentra en el entorno digital. Las redes sociales y el mercado en línea se han convertido en un canal esencial para llegar a los consumidores, lo que enfatiza la importancia de las estrategias de marketing digital y la presencia en línea. Adaptarse y aprovechar las oportunidades en el ámbito digital es esencial para el éxito continuo de las empresas de ropa deportiva en Funza, ya que les permite competir eficazmente en un entorno de mercado en constante evolución.

11.6 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

- El análisis de la demanda indica que el interés en la ropa deportiva en Funza se encuentra en crecimiento constante. La población, especialmente las mujeres de 18 a 54 años, está cada vez más comprometida con la actividad física y el bienestar, lo que genera una demanda sólida y sostenida.
- Existe una carencia evidente de una variedad suficiente de opciones de ropa deportiva de calidad en el mercado local. Esta falta de diversidad en la oferta representa una oportunidad clara para emprendedores colombianos que buscan llenar este vacío y satisfacer las necesidades no cubiertas de los consumidores locales.
- A pesar de la limitada exposición a algunas marcas colombianas, existe un interés genuino por respaldar productos y emprendimientos locales. Este apoyo local puede influir de manera significativa en el comportamiento de

compra de los consumidores y puede ser un punto fuerte para las empresas de la región.

- La comodidad y la calidad son aspectos cruciales que los consumidores buscan en la ropa deportiva. Esto refleja la importancia que se da a la calidad de los productos adquiridos y la necesidad de prendas que permitan una experiencia de ejercicio sin restricciones.
- A pesar de la importancia de los establecimientos físicos, la competencia real se encuentra en el ámbito digital. La capacidad de llegar a los consumidores en línea es esencial, lo que enfatiza la importancia de las estrategias de marketing digital y la presencia en línea para competir de manera efectiva en un mercado en constante evolución.

12. PLAN DE MERCADO

12.1 Objetivos del plan de mercado

- Satisfacer las necesidades de los deportistas de Funza que buscan ropa deportiva de alta calidad y asequible
- Ofrecer productos con diseños innovadores que utilicen materiales de alta calidad, como telas transpirables y cómodas
- Aumentar la producción en un 20% en el primer año de operación, centrándose en la ropa deportiva

12.2 Estrategia de producto

12.2.1 Identificación

Las prendas deportivas son prendas de vestir diseñadas para la práctica de deportes o ejercicio físico. Están diseñadas para ser cómodas, transpirables y funcionales, y para ayudar a los atletas a realizar sus actividades de manera segura y efectiva. Suelen estar hechas de materiales sintéticos, como poliéster, nailon o algodón. Estos materiales son ligeros, transpirables y resistentes.

También se clasifican generalmente según el tipo de deporte o actividad física para la que están diseñadas. Por ejemplo, existen prendas deportivas para correr, fútbol, baloncesto, tenis, yoga, etc.

Características del producto

Las prendas deportivas deben cumplir con ciertas funciones como lo son la comodidad, la calidad de los textiles y tener la capacidad de transpirar, estas serían algunas de las características que más buscan los consumidores al momento de seleccionar sus prendas.

- Transpirabilidad: La ropa deportiva debe permitir que el sudor se evapore rápidamente para evitar que al momento de realizar una actividad física se sienta mojado y agobiado.
- Elasticidad: La ropa deportiva debe ser elástica para permitir al consumidor cualquier movimiento
- Ligera: La ropa deportiva debe ser ligera para no sobrecargar al usuario
- Ajuste: La ropa deportiva debe ajustarse al cuerpo, sin limitar sus movimientos
- Comodidad: La ropa deportiva debe ser cómoda para pueda centrarse en su actividad física.

La ropa deportiva se clasifica en función de varios criterios, entre los que se encuentran:

- Material: Los materiales más utilizados en la ropa deportiva son el poliéster, el nylon y el algodón
- Tipo de deporte: La ropa deportiva se adapta a las necesidades específicas de cada deporte.

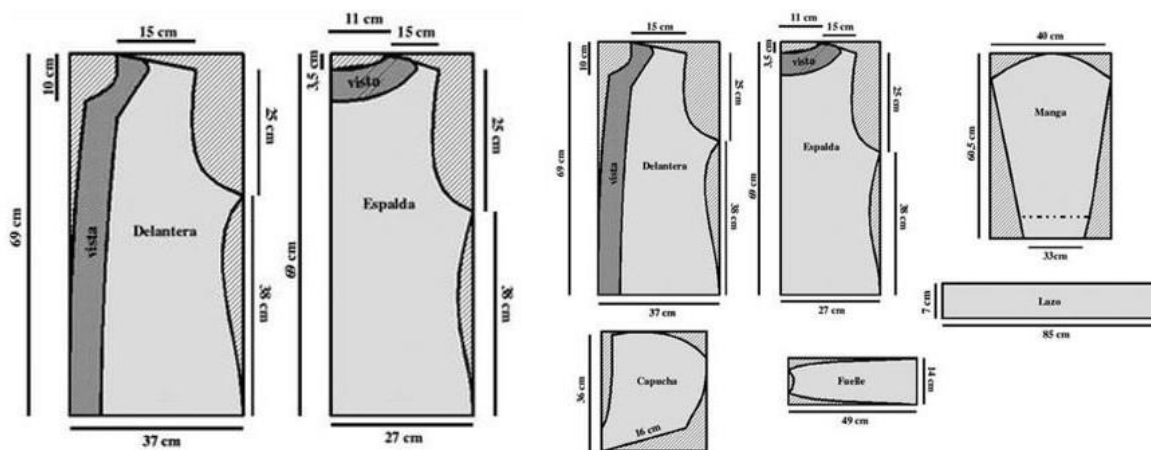
- Género: La ropa deportiva se puede clasificar en ropa deportiva para hombres, ropa deportiva para mujeres y ropa deportiva unisex.
- Estilo: La ropa deportiva se puede clasificar en ropa deportiva casual y ropa deportiva de rendimiento.

Después de analizar todos los escenarios en donde se puede desarrollar la actividad se determina que el producto que más se va a comercializar serían las sudaderas, pues es la que más demanda tiene, las sudaderas estarían compuestas de pantalón (jogger) y chaqueta que tendría características especiales como:

Logotipo: El diseño es propio, está inspirado en un cuervo lo cual representa una figura sabia que aporta virtudes de reflexión y memoria, como la marca que busca apoyar el esfuerzo y la dedicación.

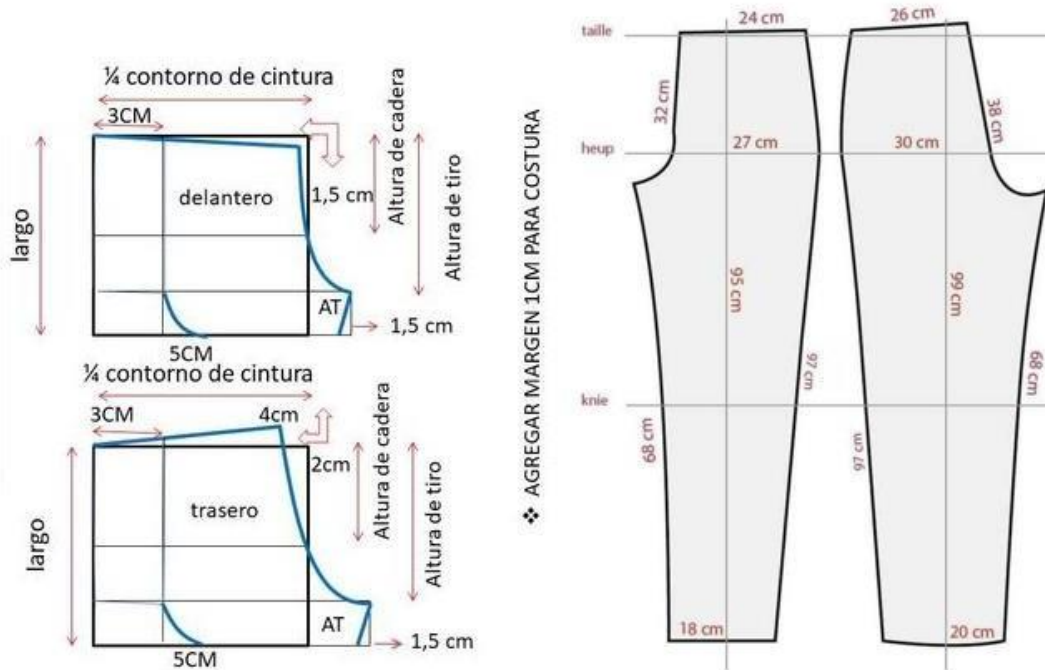
Empaque: La idea del empaque para los productos, pensando en el medio ambiente y dejar de usar bolsas plásticas, la idea del empaque para las prendas sería por medio de cajas que tengan el logo y los datos de la empresa.

Ilustración 21 Patrones de camisa y chaqueta



Fuente: Obtenido de internet (Ideas Rápidas, s.f.), Modificación propia

Ilustración 22 Patrones de short y pantalones (jogger)



Fuente: Autor desconocido, modificaciones propias

Fabricación de las prendas

En la fabricación de prendas deportivas es importante identificar las medidas necesarias de acuerdo con cada talla, se dividiera este proceso en 3 importantes pasos que serían los siguientes:

Paso 1: Diseño. En este paso se toman las medidas de las prendas y se tendrían en cuenta por tallas generales, se sacan los patrones de las prendas y se plasman en pliegos de cartulina o papel Kraft

Tabla 4 Tallas de acuerdo con las medidas

Fuente: Propia del autor, se obtiene por las medidas tomadas, son medidas estándar

Tabla 5 Tallas de acuerdo con las medidas

Talla	Pecho	Cintura	Cadera	Manga	Largo
XL	110 cm	88 cm	100 cm	65 cm	70 cm
L	100 cm	80 cm	90 cm	60 cm	65 cm
M	90 cm	72 cm	80 cm	55 cm	60 cm
S	80 cm	64 cm	70 cm	50 cm	55 cm
XS	70 cm	56 cm	60 cm	45 cm	50 cm

Fuente: Propia del autor, se obtiene por las medidas tomadas, son medidas estándar

Las medidas pueden variar de acuerdo con cada necesidad, pero relacionamos la base de las medidas más comunes, lo 8cm que se mencionan en algunas medidas son para las costuras, es tela que se requiere adicional para dobleces y costuras.

Paso 2: Corte. Una vez se tengan los patrones de acuerdo con las tallas, se plasman los patrones a la tela, es importante destacar que se deben dejar unos pocos centímetros de tela para costuras

Paso 3: Confección. Una vez se termine con el diseño y el corte se procede a confeccionar las prendas.

12.3 Estrategia de segmentación

12.3.1 Perfil del consumidor o cliente

Los principales clientes a los que se debe enfocar el comerciante, considerando lo investigado serían hombres y mujeres que se encuentren entre los 18 a 34 años o que preferiblemente realicen alguna actividad física. Hablamos también de que en un principio se quiere abarcar con la población de Funza y con el tiempo buscar la expansión a otros municipios de la sabana occidente.

¿Cómo se realizará la comercialización del producto?

La comercialización en un inicio se establecerá como una tienda virtual, de ropa deportiva llamada Raven Sport. El modelo de negocio incluirá la venta de prendas como sudaderas, shorts y camisas. Esta dirigimos a un mercado interesado en el deporte y la vida saludable. La comercialización de ropa deportiva es un emprendimiento atractivo en la actualidad debido al aumento en la conciencia sobre la salud y el bienestar, el auge del comercio electrónico, la variedad de opciones y diseños, y un mercado objetivo amplio. Todo esto hace que la creación de una tienda virtual de ropa deportiva sea una oportunidad de negocio prometedora y con un gran potencial de crecimiento.

12.3.2 Mercado meta

El mercado meta para la creación de una empresa que se dedica a la fabricación y comercialización de ropa deportiva en el municipio de Funza Cundinamarca, está dirigido principalmente para todos los deportistas o personas que realizan actividad física para mejorar su salud y sentirse bien consigo mismos, también con el tiempo,

se quiere concientizar a toda la población de la sabana occidente, sobre la importancia de la salud física y los beneficios que trae para sus vidas.

12.3.3 Segmentación del mercado

Estrategia de generalización del mercado

La línea de negocia son las prendas deportivas en el municipio de Funza Cundinamarca.

12.3.4 Características del mercado

- Geográfico

En un inicio la fabricación y la comercialización de la ropa deportiva se hará en el municipio de Funza Cundinamarca.

- Demográfico

El producto está dirigido a la población masculina y femenina del municipio entre los 18 a 34 años

- Psicográfico

El perfil se ajusta a la población más joven del municipio que realicen alguna actividad física o deportistas dentro del territorio, mayores de edad para que sean personas con suficiente autonomía adquisitiva para poder comprar los productos que se quieren comercializar

- Conductual

Durante la pandemia y después hizo que muchas personas se dieran cuenta de la importancia de la salud y el bienestar. El confinamiento y las restricciones sanitarias llevaron a un aumento del sedentarismo y el sobrepeso, lo que hizo

que muchas personas tomaran conciencia de la necesidad de llevar una vida más saludable. Las personas que realizan alguna actividad física aumentaron gracias a la pandemia lo que nos lleva a indicar que la demanda para la ropa deportiva está en aumento.

12.4 Estrategia de precios

Con los datos recopilados a través de la encuesta, validar precios de los competidores, determinar la zona en la que se va a fabricar y a comercializar los productos y después de realizar ciertas cotizaciones, se puede establecer el precio de los productos a comercializar en el municipio de Funza Cundinamarca, para esto se debe tener en cuenta no solo la situación del municipio si no también la situación del país.

12.4.1 Determinación de los precios

Ilustración 23 Índice de precios al consumidor

En agosto de 2023 la variación mensual del IPC fue 0,70%, la variación año corrido fue 7,43% y la anual 11,43%.

(IPC) Índice de Precios al Consumidor
Variación mensual, año corrido y anual - Total nacional - 2022 - 2023 (agosto)

IPC	Agosto					
	Variación mensual		Variación año corrido		Variación anual	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023
IPC total	1,02	0,70	9,06	7,43	10,84	11,43

Fuente: DANE, IPC

Fuente: DANE, IPC agosto 2023

Es muy importante tener en cuenta la situación económica del país para empezar a establecer precios, el IPC nos da un panorámico de acuerdo con la inflación, que precios se pueden establecer, como se refleja en la ilustración el IPC ha crecido en un 0,59, lo que quiere decir es que los precios se han aumentado, esto se identifica por la inflación que hemos vivido a raíz de la pandemia, la recuperación económica del país ha sido bastante lenta.

Una vez se tenga la información de la situación del país, se tiene encuesta los resultados de la encuesta, específicamente donde se preguntan a los consumidores, cuánto estarían dispuestos a pagar y estos precios se encuentran entre los \$50.000 a los \$800.000 indicando que tendríamos que ajustarnos a el presupuesto del consumidor para comercializar las prendas deportivas.

12.4.2 Proyección de los precios

Tabla 6 Proyección de precios por referencia

PRODUCTO	REFERENCIA	PRECIO DE VENTA
CAMISETAS	ROPA	\$ 55.000
PANTALONES	ROPA	\$ 88.000
SHORT	ROPA	\$ 65.000
CHAQUETAS	ROPA	\$ 120.000

Fuente: Propia del autor, los precios se establecen de acuerdo con la encuesta realizada

Los precios se establecen de acuerdo con lo encuestado, sobre el presupuesto con el que cuentan los consumidores, que sería dinero que destinan con frecuencia en ropa deportiva. Se tienen en cuenta que los precios se establecen dentro del rango de presupuesto del consumidor y que se encuentren también dentro del rango de precios que no se encuentren por debajo de la competencia pero que tampoco sobre pase los valores por prendas de la competencia.

12.4.3 Proyección de precios

Tabla 7 Proyección de precios a 5 años

PRECIOS ESTIMADOS A 5 AÑOS						
PRODUCTO	CANT VENDIDA	1	2	3	4	5
CAMISETAS	40	\$ 55.000	\$ 60.500	\$ 66.000	\$ 71.500	\$ 77.000
PANTALONES	40	\$ 88.000	\$ 96.800	\$ 105.600	\$ 114.400	\$ 123.200
SHORT	40	\$ 65.000	\$ 71.500	\$ 78.000	\$ 84.500	\$ 91.000
CHAQUETAS	40	\$ 120.000	\$ 132.000	\$ 144.000	\$ 156.000	\$ 168.000

Fuente: Propia del autor, los precios se establecen de acuerdo con la encuesta realizada

Se estima que los precios por año se incrementen en un 10%, teniendo en cuenta factores como la inflación, el incremento de los precios en los insumos y el incremento del sueldo para los consumidores, también el aumento de la población, porque si aumenta la demanda debe aumentar la oferta y esto nos puede llevar a requerir más personal para la fabricación de las prendas.

12.5 Estrategia de comercialización

12.5.1 Canales de comercio

El proceso que se quiere establecer para la comercialización de las prendas sería a través de todas las redes sociales, no se quiere contar con punto físico de venta, pero si con redes sociales propias de la marca, se quiere crear una tienda virtual de ropa deportiva Raven Sport. El modelo de negocio incluirá la venta de ropa deportiva. Se dirige a un mercado interesado en el deporte y la vida saludable. La comercialización de ropa deportiva es un emprendimiento atractivo en la actualidad debido al aumento en la conciencia sobre la salud y el bienestar, el auge del comercio electrónico, la variedad de opciones y diseños, y un mercado objetivo amplio. Todo esto hace que la creación de una tienda

virtual de ropa deportiva sea una oportunidad de negocio prometedora y con un gran potencial de crecimiento.

12.5.2 Estrategias de comunicación

Es importante implementar estrategias de marketing en línea. Esto puede incluir campañas publicitarias en redes sociales, como Facebook e Instagram, o en otros sitios web relacionados con el deporte. Estas campañas pueden ser tanto pagadas como orgánicas.

Se menciona también la prueba piloto, dentro de la estrategia que se va a implementar está la de promocionar a través de redes sociales, sobre todo Instagram, donde se ofrecerán prendas gratuitas a cambio de publicidad, es una modalidad que se presenta en la actualidad, una alternativa que permite que el valor de la inversión de la publicidad sea el valor de unas cuantas prendas.

Instagram y Facebook, generan un cobro mensual de \$75.900 por publicidad, lo que permite que la empresa tenga publicidad por medio de los anuncios pagados. Se proyecta que el valor aumente en un 2% por año.

Las muestras sin valor comercial son las pruebas piloto donde se genera una estrategia comercial, la cual consiste en que se entregan prendas a cambio de publicidad por medio de redes sociales. Se proyecta que por año las muestras sin valor tengan el mismo presupuesto para todos los años.

Tabla 8 Presupuesto de publicidad

PUBLICIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INSTAGRAM - FACEBOOK	\$ 910.800	\$ 929.016	\$ 947.596	\$ 966.548	\$ 985.879
MUESTRA SIN VALOR COMERCIAL	\$ 585.136	\$ 585.136	\$ 585.136	\$ 585.136	\$ 585.136
TOTAL	\$ 1.495.936	\$ 1.514.152	\$ 1.532.732	\$ 1.551.684	\$ 1.571.015

Fuente: Propia del autor, se realiza la cotización con Facebook e Instagram y la muestra sin valor.

13. ESTUDIO TECNICO

13.1 Localización del proyecto

Macro localización

Para la ubicación de la fábrica, por comodidad de la persona que confecciona las prendas se escogió el municipio de Funza, se menciona que se harán adecuaciones en la vivienda propia para la fabricación y almacenamiento de las prendas, no se contara con un local físico, las ventas y la promoción de los productos se harán por medio de internet por redes sociales directamente con los clientes. Se proyecta que las ventas se generen en otros municipios de la sabana occidente y luego a nivel nacional.

Micro localización

La fabricación de las prendas se ubicará en el municipio de Funza, como se indicaba anteriormente quedara en la vivienda propia, queda en la calle 7 y es el último barrio de Funza iniciando Mosquera, tiene vías de fácil acceso a Bogotá por la calle 80 y calle 13, así que es una zona bastante central para establecer el punto de fábrica y almacenamiento de las prendas deportivas.

13.2 Tamaño del proyecto

13.2.1 Recursos económicos

El financiamiento del proyecto se basa en capital propio, un crédito bancario y maquinaria y equipo existente. Sin embargo, durante el proyecto se determinó que una de las máquinas no era apta para la fabricación de la cantidad de prendas deseada. Por lo tanto, fue necesario comprar una nueva máquina para optimizar la producción.

13.2.2 Materias primas

Para el tema de materias primas se debe tener en cuenta que para las prendas deportivas se determina que se requiere la tela adecuada y los insumos de cada prenda, insumos tales como cremalleras, resorte, agujas, hilos y tijeras que serían los elementos primordiales para poder fabricar las prendas.

13.3 Análisis del producto

-Chaqueta

Tabla 9 Materiales directos de chaqueta

MATERIALES	CANTIDAD	UNIDAD
TELA	1,5	METRO
CREMALLERA	90	CENTIMETROS
HILO	200 - 500	GRAMOS

Fuente: Propia del autor

Para la fabricación de la chaqueta es necesario tomar medidas para establecer la talla que se va a diseñar, la tabla anterior indica las medidas para una talla M, se debe diseñar el molde o patrón con el que se va a laborar en este proceso se gasta un aproximado de 20 minutos, luego se plasma el molde en la tela y se procede a cortar las piezas que componen la chaqueta que son, espalda, pecho, mangas, cuello, solapa (es la parte del cuello que sobresale), bolsillos y cierre, en este proceso se puede tomar entre 20 a 25 minutos, y en el proceso de unión provisional con alfileres se procede a coser las piezas de la chaqueta que en este proceso se puede tomar entre 25 a 30 minutos.

-Pantalón

Tabla 10 Materiales directos del pantalón o jogger

MATERIALES	CANTIDAD	UNIDAD
TELA	1,5	METRO
RESORTE	17,67	PULGADAS
HILO	50 -150	GRAMOS

Fuente: Propia del autor

Para la fabricación del pantalón o jogger es necesario tomar medidas para establecer la talla que se va a diseñar, la tabla anterior indica las medidas para una talla M, se debe diseñar el molde o patrón con el que se va a laborar en este proceso se gasta un aproximado de 13 a 15 minutos, luego se plasma el molde en la tela y se procede a cortar las piezas que componen el pantalón o jogger que son, el tiro largo del pantalón, el resorte y los bolsillos, en este proceso se puede tomar entre 15 minutos, y en el proceso de unión provisional con alfileres, se procede a coser las piezas del pantalón o jogger que en este proceso se puede tomar entre 15 a 20 minutos.

-Camisa

Tabla 11 Materiales directos de la camisa

MATERIALES	CANTIDAD	UNIDAD
TELA	80	CENTIMETROS
HILO	50-100	GRAMOS

Fuente: Propia del autor

Para la fabricación de la camisa es necesario tomar medidas para establecer la talla que se va a diseñar, la tabla anterior indica las medidas para una talla M, se debe diseñar el molde o patrón con el que se va a laborar, en este proceso se gasta un aproximado de 8 minutos, luego se plasma el molde en la tela y se procede a cortar las piezas que componen la camisa o el que son, espalda, pecho, mangas y cuello, en este proceso se puede tomar entre 8 a 10 minutos, y en el proceso de unión

provisional con alfileres se procede a coser las piezas de la camisa que en este proceso se puede tomar entre 8 minutos.

-Short

Tabla 12 Materiales directos del short

MATERIALES	CANTIDAD	UNIDAD
TELA	1	METRO
RESORTE	17,67	PULGADAS
HILO	50-70	GRAMOS

Fuente: Propia del autor

Para la fabricación del short es necesario tomar medidas para establecer la talla que se va a diseñar, la tabla anterior indica las medidas para una talla M, se debe diseñar el molde o patrón con el que se va a laborar en este proceso se gasta un aproximado de 8 a 10 minutos, luego se plasma el molde en la tela y se procede a cortar las piezas que componen el short que son, el tiro del short y el resorte, en este proceso se puede tomar entre 10 minutos, y en el proceso de unión provisional con alfileres, se procede a coser las piezas del short que en este proceso se puede tomar entre 15 a 20 minutos.

13.4 Maquinaria y equipo

Dentro de la fabricación de las prendas son necesarias unas máquinas con las que se realizaran todos los procesos de confección de las prendas.

Máquina de coser recta Singer Tradición

- Tipo de maquina: Recta
- Marca: Singer

- Línea: Tradition
- Modelo: 2250
- Color: Blanco
- Voltaje: 220V
- Modelo detallado: 2250/220V
- Potencia: 70w
- Profundidad: 155mm
- Altura: 300mm
- Peso: 6kg
- Mecánica.
- Trabaja con 9 puntadas diferentes.
- Apta para telas livianas, telas medianas, telas pesadas.
- Realiza 750 puntadas por minuto.
- Largo y ancho de puntada ajustable.
- Tipos de puntada: ojal, punto decorativo, punto invisible, zigzag, tres puntos, botonera, recta.
- Iluminación en el área de costura.
- Con función de retroceso.
- Cuenta con brazo libre.
- Tipo de alimentación: corriente eléctrica.
- Ideal para proyectos de corte y confección, desde los más básicos hasta los más creativos.

Ilustración 24 Máquina de coser Singer



Fuente: Propia del autor

Mueble para máquina de coser

- Material: Madera
- Ancho: 55cm
- Alto: 77cm
- Fondo: 55cm

Ilustración 25 Mueble para máquina de coser Singer



Fuente: Propia del autor

Maquina fileteadora

- Tipo de uso: Semi industrial
- Tipo de maquina: Overlock (tipo de puntada que pule la costura al mismo tiempo que une el tejido)
- Marca: Jontex
- Modelo: GN 800-5
- Cantidad de puntos: 1
- Tipo de enhebrado: Manual
- Color: Gris
- Tipo de costura: Recta

Ilustración 26 Máquina fileteadora



Fuente: Propia del autor

Mueble para maquina fileteadora

- Material: Madera y metal
- Tabla: 120 x 59 x 7 cm
- Herraje: 80 x 100 x 45 cm

Ilustración 27 Mueble para máquina fileteadora



Fuente: Propia del autor

Tijeras

- Tipo de tijeras: Sastre
- Material de la hoja: Acero
- Forma de la punta: Punta
- Largo: 21cm
- Modelo: 8 pulgadas corneta
- Tipo de corte: Recto

Ilustración 28 Tijeras sastre



Fuente: Propia del autor

Metro y reglas

- Marca: DILU
- Modelo: 1010
- Tipo de producto: Escuadra, curvas y lineal
- Material: Madera
- Largo: 80cm
- Grado de circunferencia: 90 grados

Ilustración 29 Juego de tijeras por 6 piezas y metro



Fuente: DULI, proveedor de insumos para sastrería

Presupuesto de maquinaria y equipo

Tabla 13 Valor de la maquinaria y equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD	MARCA	VALOR
Máquina de coser recta	1	Singer	\$ 1.094.900
Mueble para máquina de coser recta	1	Singer	\$ 25.000
Máquina fileteadora	1	Jontex	\$ 1.500.000
Mueble para máquina fileteadora	1	Jontex	\$ 539.900
Tijeras	1	Tijeras sastre	\$ 79.900
Metro y juego de reglas	6 piezas	DILU	\$ 41.000
Total			\$ 3.280.700

Fuente: Propiedad del autor, información de acuerdo con el valor comercial

13.5 Materia prima

De acuerdo con las cotizaciones, se determina cuál de los textiles ofrecidos en las cotizaciones era la tela con mejor calidad y precio y se determina que para cubrir las necesidades de los clientes del municipio de Funza, se escoge Lafayette como principal proveedor, no obstante, con el paso del tiempo se pueden escoger otros proveedores.

La cotización se realiza con base a los datos recolectados sobre los colores que podrían ser los más vendidos y el tipo de tela que más se acomode a las necesidades de los clientes.

Ilustración 30 Cotización con Lafayette

Lafayette		TEXTILES LAFAYETTE SAS SUCURSAL 7 DE AGOSTO NIT 960001965 IVA REGIMEN COMUN Cra 24 No 63D-38 TELEFONO : 2359808		Cotización No. 126			
SOMOS AUTORRETENEDORES - RESOLUCION 8322 DEL 23 DE AGOSTO DE 2010, SOMOS GRANDES CONTRIBUYENTES RESOLUCION 9061 DEL 10 DE DICIEMBRE DE 2020 AGENTES DE RETENCION IVA E ICA - CODIGO ACTIVIDAD ECONOMICA 1311 TARIFA 11.04X1000 BOGOTA D.C.							
Fecha:	25/9/2023						
Señores:	YUDIS ANDREA CASTIBLANCO REALES						
Telefono:							
Direccion:	FUNZA CUNDINAM						
E-mail:							
ID cliente:							
BASE	STOCK	COLOR	CALIDAD	VLR. UND	DESCUENTO	CANTIDAD	VR.TOTAL
33447	27778 - STEPWAY	193921	PRIMERA	\$35,850.00	0 %	1.5	\$53,775.00
22564	27769 - ORION	194044	PRIMERA	\$26,450.00	0 %	1.5	\$39,675.00
33490	32201 - STAMINA	192024	PRIMERA	\$27,450.00	0 %	1.5	\$41,175.00
33510	47469 - FASTRACK.PB	193933	PRIMERA	\$21,600.00	0 %	1.5	\$32,400.00
44665	50255 - DUAL	194056	PRIMERA	\$23,500.00	0 %	1.5	\$35,250.00
33587	65996 - EKOS R COLORES	194056	PRIMERA	\$27,800.00	0 %	1.5	\$41,700.00
44665	50255 - DUAL	194007	PRIMERA	\$23,500.00	0 %	1.5	\$35,250.00
33545	47598 - ATLANTIC +	194007	PRIMERA	\$31,500.00	0 %	1.5	\$47,250.00
33474	30430 - BAHIA	194006	PRIMERA	\$32,350.00	0 %	1.5	\$48,525.00
Total							\$375,000.00
NOMBRE DEL ASESOR RUBEN DARIO POLOCHE TAPIA FORMA DE PAGO: De Contado En efectivo, Tarjeta Débito o Crédito, Depósito o consignación bancaria DAVIVIENDA Cuenta de Ahorros No.48510002057 Convenio 1197912 BANCOCOLMBIA Cuenta de Ahorros No.03110741528 Código de Referencia para pagos: 10696974 Cheque (Con cruce sencilla nombre de Textiles Lafayette SAS. Presentando Cédula de Ciudadanía y datos el girador y si es persona Jurídica presentar NIT) On-Line - www.lafayette.com ingresar a pagos punto de venta							
NOTA: * LOS ANTERIORES PRECIOS INCLUYEN EL IVA * ESTA COTIZACION TIENE UNA VIGENCIA DE 3 DIAS							
							Version 2 25/9/2023

Fuente: Cotización de Lafayette

Lafayette ofrece un amplio catálogo de acuerdo con las necesidades del cliente, en este caso se presentaron 3 catálogos enfocado en sudaderas, camisas y leggins (que se utilizarían para los shorts que se van a fabricar), cada tela tiene una

característica que la hace especial y con tecnología innovadora, capaz de cubrir con las necesidades de cualquier deportista.

- Tela:

Características de la tela para leggings (Shorts)

Ficha técnica

- Base: 33447. Leggings. La información de lo que brinda el textil.
- Stock: 27778. Stepway. Indica de que está hecha la tela, en este caso es un textil que este hecho con:

Microfibras: Es un tejido sintético compuesto a partir de poliéster (fibra sintética) y poliamida (plástico de fibra natural y sintético).

Elastano: Es una fibra textil que brinda mayor elasticidad en las prendas. Que dan un tacto de fibra natural, brinda mayor libertad de movimiento.

- Tejido: Punto. Se define cuando se entrelazan hilos para formar la tela
- Ancho: 1,69 m + 9cm
- Largo: 1,50 m (Medida que se solicitó en la cotización)
- Peso: 245 + 25 gramos por metro cuadrado g/m²
- Composición 92% POL (poliéster) – 8% LYC (Licra)
- Uso: Leggings o shorts
- Tecnología: Laftech es el sello tecnológico de Lafayette Sports desarrollado por científicos que buscan obtener mayor rendimiento y comodidad al momento de hacer deporte

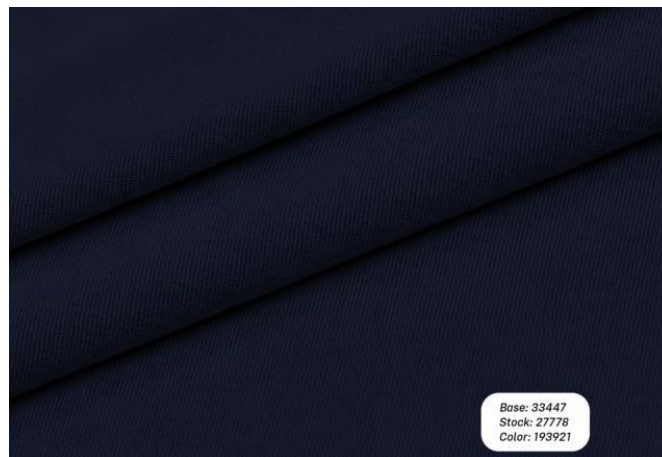
Brinda:

- Secado rápido
- Protección solar
- Anti-manchas de sudor
- Color

- Elasticidad
- Toque suave y natural
- Extra-rendimiento

- Color: 193921

Ilustración 31 Color seleccionado



Fuente: Catalogo de Lafayette

La calidad de la tela por su tecnología y su innovación brinda comodidad y cubre todas las necesidades del deportista haciendo que sea una tela ideal para el objetivo que se quiere llegar y es brindar comodidad y calidad en las prendas. La cotización se realizó sobre 1,50 metros, pero en realidad solo se requiere de 1 metro a 80 centímetros de tela para la confección.

- Resorte para short
 - Marca: Linkonfección
 - Modelo: Genérico
 - Largo x Ancho: 45 metros x 5 centímetros
 - Color: Blanco
 - Diseño: Liso – elástico

- Hilo
 - o Marca: Hilos e hilazas
 - o Línea: Hilo importado
 - o Modelo: Hilo
 - o Largo: 4.572 metros
 - o Tipo de presentación: Cono
 - o Composición: Polyester
 - o Acabado: Suave

Estas características son generales y lo que cambia es el tipo de textil que se va a utilizar, cada una de las telas que están en la cotización, pero la mayoría de las telas tienen las mismas características y la misma tecnología, las telas se seleccionan de acuerdo con las necesidades.

Tabla 14 Costeo de materia prima unidad de short

MATERIALES E INSUMOS	MEDIDAS	PRECIO	SE REQUIERE	PRECIO CONFECCIÓN
TELA	1 METRO	\$ 35.850	1 METRO	\$ 35.850
RESORTE	5CM X 45 METROS	\$ 37.150	17,67 PULGADAS - 45 CM	\$ 371,50
HILO	4572 METROS - 500 GRAMOS	\$ 9.900	50 GRAMOS - 50 METROS	\$ 108,27
ESTAMPADO	5CM X 7CM	\$ 500	1 LOGO	\$ 500,00
TOTAL DE COSTOS				\$ 36.830

Fuente: Propia del autor, se toma los precios comerciales de acuerdo con la cotización que suministra Lafayette

Tabla 15 Costeo de materia prima unidad de chaqueta

MATERIALES E INSUMOS	MEDIDAS	PRECIO	SE REQUIERE	PRECIO CONFECCIÓN
TELA	1 METRO	\$ 26.450	1,50 METROS	\$ 39.675
CREMALLERA	10 METROS - 1000 CM	\$ 11.850	90 CENTIMETROS	\$ 1.066,50
HILO	4572 METROS - 500 GRAMOS	\$ 9.900	200 GRAMOS - 200 METROS	\$ 433,07
ESTAMPADO	5CM X 7CM	\$ 500	1 LOGO	\$ 500
TOTAL DE COSTOS				\$ 41.175

Fuente: Propia del autor, se toma los precios comerciales de acuerdo con la cotización que suministra Lafayette

Tabla 16 Costeo de materia prima unidad de pantalón o jogger

MATERIALES E INSUMOS	MEDIDAS	PRECIO	SE REQUIERE	PRECIO CONFECCIÓN
TELA	1 METRO	\$ 26.450	1,50 METROS	\$ 39.675
RESORTE	5CM X 45 METROS	\$ 37.150	17,67 PULGADAS - 45 CM	\$ 371,50
HILO	4572 METROS - 500 GRAMOS	\$ 9.900	100 GRAMOS - 100 METROS	\$ 216,54
ESTAMPADO	5CM X 7CM	\$ 500	1 LOGO	\$ 500
TOTAL DE COSTOS				\$ 40.263

Fuente: Propia del autor, se toma los precios comerciales de acuerdo con la cotización que suministra Lafayette

Tabla 17 Costeo de materia prima unidad de camisa

MATERIALES E INSUMOS	MEDIDAS	PRECIO	SE REQUIERE	PRECIO CONFECCIÓN
TELA	1 METRO	\$ 27.800	1 METRO	\$ 27.800
HILO	4572 METROS - 500 GRAMOS	\$ 9.900	100 GRAMOS - 100 METROS	\$ 216,54
ESTAMPADO	5CM X 7CM	\$ 500	1 LOGO	\$ 500
TOTAL DE COSTOS				\$ 28.017

Fuente: Propia del autor, se toma los precios comerciales de acuerdo con la cotización que suministra Lafayette

Una vez se determina cual es el valor unitario de cada prenda, se puede indicar cual sería la cantidad de prendas que puede producir en el día un trabajador y cuantas se proyecta vender de acuerdo con la encuesta. También se determina la ganancia por prenda y el valor total de las ventas en el mes.

Tabla 18 Estimada de ventas en el primer mes

ESTIMADO DE VENTAS PRIMER MES									
PRODUCTO	REFERENCIA	COSTO DE PRODUCCION	# DE UNIDADES	TOTAL DE COSTOS	PRECIO DE VENTA	RENTABILIDAD	UTILIDAD X PRENDA	UNIDADES VENDIDAS	PROYECCION DE VENTAS
CAMISETAS	ROPA	\$ 28.017	50	\$ 1.400.827	\$ 55.000	49%	\$ 26.983	50	\$ 2.750.000
PANTALONES	ROPA	\$ 40.263	45	\$ 1.811.837	\$ 88.000	54%	\$ 47.737	45	\$ 3.960.000
SHORT	ROPA	\$ 36.830	50	\$ 1.841.488	\$ 65.000	43%	\$ 28.170	50	\$ 3.250.000
CHAQUETAS	ROPA	\$ 41.175	40	\$ 1.646.983	\$ 120.000	66%	\$ 78.825	40	\$ 4.800.000
TOTAL EN VENTAS									\$ 14.760.000

Fuente: Propia del autor, se toma los precios comerciales cotización que suministra Lafayette y los precios que se establecen de acuerdo con la encuesta

La proyección de las ventas en el primer mes nos determina cuales serían los costos, los gastos y la utilidad o ganancia que tiene el proyecto desde que se inicia con él, para llevar a cabo esta estimación se debe crear una estrategia de marketing efectiva que permita dar reconocimiento a la marca y promocionar la marca, en este caso se iniciaría por todas las redes sociales y sobre todo tratar de que la publicidad llegue a los usuarios que vean la necesidad de la ropa deportiva. Muchos usuarios no solo buscan verse bien, cuidando su físico si no también sentirse bien con las prendas que utilizan.

13.6 Mano de obra

La mano de obra es la fuerza física y mental que emplea una persona para la fabricación, en este caso, de las prendas deportivas, a la cual se le debe dar una remuneración por el trabajo que realiza.

Tabla 19 Presupuesto de nómina personal operario de maquina

	Aportes a salud (Empleado)	4%	\$ 46.400
	Aportes a pension (Empleado)	4%	\$ 46.400
	Sueldo por pagar		\$ 1.207.806

GASTOS DEL EMPLEADOR			
<i>SEGURIDAD SOCIAL</i>	Aportes a salud (Empleador)	8,5%	\$ 98.600
	Aportes a pension (Empleador)	12%	\$ 139.200
	ARL (Riesgos profesionales) Riesgo 2 (Empleador)	1,044%	\$ 12.110
<i>PARAFISCALES</i>	Caja de compensacion familiar (Empleador)	4%	\$ 46.400
	ICBF	3%	\$ 34.800
	SENA	2%	\$ 23.200
<i>PRESTACIONES DE LEY</i>	Cesantias (Empleador)	8,33%	\$ 108.340
	Intereses de censatias (Empleador)	1%	\$ 1.083
	Prima (Empleador)	8,33%	\$ 108.340
	Vacaciones (Empleador)	4,17%	\$ 48.372
	Dotación	2,50%	\$ 29.000
TOTAL			\$ 649.447
VALOR POR TRABAJADOR			\$ 1.950.053

Fuente: Propia del autor

13.7 Servicios Públicos

Los servicios públicos son esenciales para el funcionamiento de cualquier empresa, servicios como energía eléctrica, agua potable, servicio de alcantarillado, servicio de recolección de basura, servicio de teléfono e internet.

Tabla 20 Costos servicios públicos

SERVICIO	VALOR
ENERGIA ELECTRICA	\$ 40.000
ACUEDUCTO Y RECOLECCION DE BASURAS	\$ 39.000
TELEFONIA E INTERNET	\$ 120.000
TOTAL DE SERVICIOS POR MES	\$ 199.000

Fuente: propias del autor, de acuerdo con consumo promedio

14. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

14.1 Constitución jurídica de la empresa

La empresa “Raven Sport”, escoge el RST (Régimen simple de tributación), pues cumple con todos los parámetros exigidos para pertenecer a este régimen que tiene varios beneficios.

El Régimen simple de tributación es un sistema creado por la Ley 2010 del 2019, lo que busca la ley es brindar garantías y ventajas a las pequeñas empresas para pertenecer al régimen se deben cumplir con unas condiciones especiales.

Dentro de los requisitos que se cumplen están:

1. Ser persona natural o jurídica residente en el país, se cumple porque la empresa se creará a nombre de la persona natural y su nombre comercial será “Raven Sport”
2. La actividad económica es la 1410 este código es para la confección de las prendas de vestir y el código 4772 que estaría dentro las actividades comerciales al por mayor o al detal
3. El patrimonio de la persona que crea la empresa no es mayor a los 100.000 UVT
4. No tiene ingresos brutos superiores a 80.000 UVT

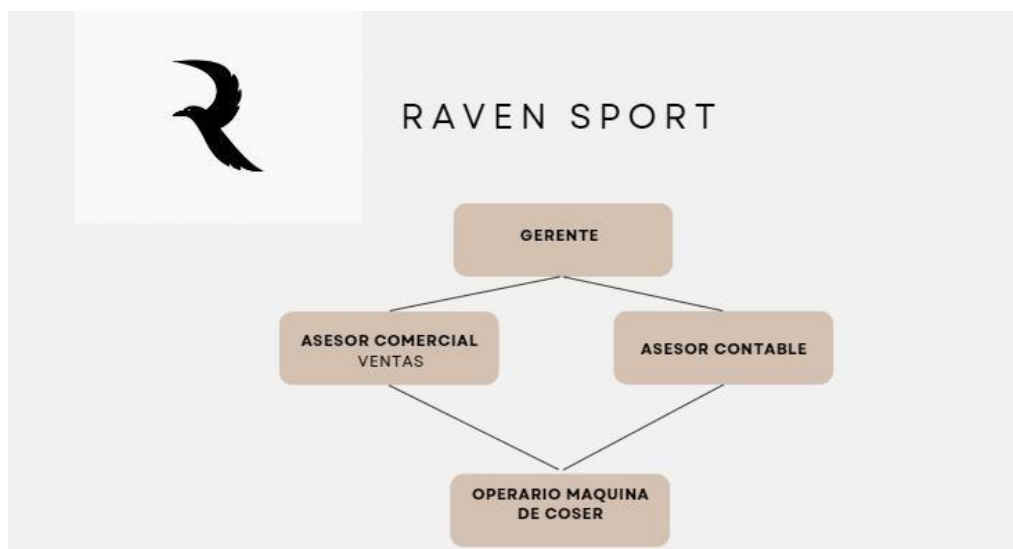
Esto permite que la empresa pueda aplicar al régimen simple de tributación, entre los beneficios más significativos esta pagar las obligaciones tributarias de forma anticipada y unificada. Los impuestos se presentan anualmente, pero los anticipos se presentarán bimestralmente y al ser un régimen en el cual las personas se pueden inscribir de forma voluntaria ante la DIAN, permite que la apertura de la empresa sea más sencilla y que se pueda cumplir con las obligaciones tributarias.

La inscripción al RST se debe realizar al momento de crear el RUT o hacer la actualización de este, y así mismo indicar la actividad económica que en este caso sería 47 que es del régimen simple de tributación. La empresa pertenece al grupo 2 y los ingresos brutos se encuentran entre los 0 UVT a 6.000 UVT es decir que la tarifa del impuesto unificado sería del 1,6%. Dentro de las obligaciones que se tendría es la de facturar electrónicamente.

14.2 Organigrama

La empresa “Raven Sport” cuenta con un organigrama que está constituido por las personas que se requieren para iniciar con el proyecto, la estructura permite tener claridad en la información sobre quienes hacen parte de la empresa, las labores fijas por cada uno de los trabajadores y conocer cuál es la estructura organizacional que tiene la empresa

Ilustración 32 Organigrama.



Fuente: Propia del autor

14.3 Creación de la empresa

14.3.1 Nombre de la empresa

Raven Sport

Ilustración 33 Registro único empresarial y social



The screenshot shows the RUES website interface. The top navigation bar includes links for 'Consulta Beneficio a Empresarios', 'Guía de Usuario Público', 'Guía de Usuario Registrado', 'Cámaras de Comercio', and '¿Qué es el RUES?'. A red 'Acceso privado' button is visible in the top right. The main content area features a banner with a woman and text explaining that merchants can access information from the RUES register. Below the banner, a search form titled 'Realice su consulta empresarial o social' is displayed. The search input field contains 'RAVEN SPORT' and has a green checkmark and a red search button. To the right, there is a field for 'Número de Identificación' with a red search button. Below the search fields, an 'Info' box states: 'La consulta por Nombre no ha retornado resultados'. At the bottom, there is a section for 'Información de sociedades no operativas' with a small image of a woman.

Fuente: Registro único empresarial y social. Consulta empresarial y social.

Citado el: 16 de octubre del 2023. <https://www.rues.org.co>

La información se consulta a través de la página del RUES con el fin de comprobar que no exista otra empresa constituida con el mismo nombre con el que se va a crear la empresa, al hacer la consulta se determina que no existe en el país otra empresa que tenga el mismo nombre.

14.3.2 Logotipo

Ilustración 34 Logotipo



Fuente: Propia del autor, diseño e imagen creación propia

14.3.3 Visión

Se espera que para el año 2028 la empresa Raven Sport sea la marca de ropa deportiva líder en la Sabana Occidente, reconocida por su calidad, innovación y compromiso con el medio ambiente.

14.3.4 Misión

Fabricar y comercializar ropa deportiva de calidad y que cuenta con la mejor tecnología textil, que permita a los clientes disfrutar al máximo su actividad física con comodidad y rendimiento.

14.4 Gestión comercial

Dentro de lo que se presupuesta se cuenta con otro trabajador, dentro del talento humano se requiere una persona para ventas, que se encarga del marketing digital de Raven Sport, que tenga conocimientos en ventas en línea y que se encargue de la logística de los envíos de los productos que se van a fabricar.

14.5 Equipo de administración y ventas

La empresa para el desarrollo de sus actividades requiere de equipos como computadores y teléfonos que tengan la suficiente capacidad para llevar el control de los productos fabricados y de los productos vendidos.

Tabla 21 Presupuesto de equipos de administración y ventas

EQUIPO	CANTIDAD	VALOR UN
COMPUTADOR PORTATIL	1	
COMPUTADOR DE ESCRITORIO		
TELEFONOS		
TOTAL		

Fuente: Propia del autor, cotizaciones tomadas de Alkosto

14.6 Muebles y enseres

El área de administración requiere para cumplir con sus funciones muebles cómodos y adecuados para llevar a cabo la labor de ventas y cumplir con el servicio que se les brindaría a los clientes.

Tabla 22 Presupuesto de muebles

Fuente: Propia del autor, cotización tomada de Alkosto

Tabla 23 Presupuesto de nómina de ventas

NOMINA VENDEDOR (GERENTE)			
DEVENGADO	Sueldo	\$	1.350.000
	Aux transporte	\$	140.606
DEDUCCIONES	Aportes a salud (Empleado)	4%	\$ 54.000
	Aportes a pension (Empleado)	4%	\$ 54.000
TOTAL	Sueldo por pagar	\$	1.382.606

GASTOS DEL EMPLEADOR			
SEGURIDAD SOCIAL	Aportes a salud (Empleador)	8,5%	\$ 98.600
	Aportes a pension (Empleador)	12%	\$ 139.200
	ARL (Riesgos profesionales) Riesgo 2 (Empleador)	1,044%	\$ 12.110
PARAFISCALES	Caja de compensacion familiar (Empleador)	4%	\$ 46.400
	ICBF	3%	\$ 40.500
	SENA	2%	\$ 27.000
PRESTACIONES DE LEY	Cesantias (Empleador)	8,33%	\$ 124.167
	Intereses de censatias (Empleador)	1%	\$ 1.242
	Prima (Empleador)	8,33%	\$ 124.167
	Vacacaiones (Empleador)	4,17%	\$ 56.295
	Dotación	2,50%	
TOTAL			\$ 669.682
VALOR POR TRABAJADOR			\$ 2.160.288

Fuente: Propia del autor, proyección de nomina en el primer año, puede variar

15. ESTUDIO FINANCIERO

Este estudio reúne toda la información y recopila toda la parte de costeo y presupuesto que se ha establecido en cada uno de los estudios anteriores, en este punto se establece la inversión necesaria para el desarrollo del proyecto, los gastos, costos, ingresos y demás factores necesarios.

15.1 Inversión del proyecto

Para iniciar un proyecto, se debe recopilar información sobre la contratación del personal, materia prima, publicidad y marketing, y maquinaria y equipo, dentro de lo presupuestado.

Tabla 24 Inversión inicial del proyecto

CAPITAL DE TRABAJO	
EFFECTIVO	\$ 12.000.000
SUBTOTAL	\$ 12.000.000
CAPITAL NO DEPRECIABLE	
TERRENOS	
CAPITAL DEPRECIABLE	
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 3.280.700
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 4.100.000
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.600.000
SUBTOTAL	\$ 8.980.700
ACTIVOS DIFERIDOS	
ASESORIAS	\$ 800.000
SUBTOTAL	\$ 800.000
TOTAL	\$ 21.780.700

Fuente: Propia del autor, se obtiene recolectando información de tablas anteriores

Validando la información de lo que se requiere para iniciar las operaciones de producción de la empresa, se determina que los \$21.780.700 garantiza el inicio del proyecto y después con el ingreso se realizara una reinversión, lo que permite continuar con la línea de producción.

15.2 Recursos del proyecto

Se define que los recursos propios estarían en un aproximado de \$15.000.000 que serían casi el 68% de la inversión inicial que se requiere para iniciar con el proyecto, el 32% restante se realizaría a través de un crédito con el banco Bancóldex. El valor de los recursos propios y el crédito que se tomaría con la entidad bancaria da un valor mas alto, porque se debe tener en cuenta la compra de materia prima que se requiere para iniciar con las ordenes de producción, se requiere comprar los insumos y los textiles que se van a confeccionar.

Tabla 25 Financiamiento de la inversión inicial

INVERSIÓN INICIAL	
RECURSOS PROPIOS	\$ 15.000.000
CREDITO	\$ 12.000.000
INTERES EA	23,87%
PLAZO	5 AÑOS

Fuente: Propia del autor

15.3 Amortización del crédito

Tabla 26 Amortización del crédito

PERIODO	0	1	2	3	4	5
SALDO INICIAL		\$ 12.000.000	\$ 10.201.900	\$ 7.974.594	\$ 5.215.629	\$ 1.798.100
PAGO		\$ 4.662.500	\$ 4.662.500	\$ 4.662.500	\$ 4.662.500	\$ 4.662.500
INTERESES		\$ 2.864.400	\$ 2.435.194	\$ 1.903.536	\$ 1.244.971	\$ 2.864.400
ABONO A CAPITAL		\$ 1.798.100	\$ 2.227.306	\$ 2.758.964	\$ 3.417.529	\$ 1.798.100
SALDO FINAL	\$ 12.000.000	\$ 10.201.900	\$ 7.974.594	\$ 5.215.629	\$ 1.798.100	-\$ 0

Fuente: Propia del autor, teniendo en cuenta la Tasa EA del año 2023

15.4 Depreciaciones

La depreciación de los activos de la empresa se realiza por medio de línea recta.

Tabla 27 Depreciaciones

ACTIVOS DEPRECIABLES	VALOR	VIDA UTIL (AÑOS)	% DE DEP ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO	DEP ANUAL
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 3.280.700	20	10%	\$ 164.035	311.667
EQUIPOS DE COMPUTO	\$ 4.100.000	5	8%	\$ 820.000	328.000
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.600.000	15	9%	\$ 106.667	149.333
TOTAL	\$ 8.980.700			\$ 1.090.702	\$ 789.000

Fuente: Propia del autor

15.5 Materias primas

Se realiza una proyección de los costos en materias primas a 5 años, proyectando que el incremento sea un 8% por año que transcurra

Tabla 28 Costo de materias primas

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TELA	\$ 68.640.000	\$ 74.131.200	\$ 80.061.696	\$ 86.466.632	\$ 186.767.924
RESORTE	\$ 356.640	\$ 385.171	\$ 415.985	\$ 898.527	\$ 970.410
HILO	\$ 467.717	\$ 505.134	\$ 545.545	\$ 1.178.376	\$ 1.272.646
ESTAMPADO	\$ 960.000	\$ 1.036.800	\$ 1.119.744	\$ 2.418.647	\$ 2.612.139
CREMALLERA	\$ 511.920	\$ 552.874	\$ 597.103	\$ 1.289.744	\$ 1.392.923
TOTAL	\$ 70.936.277	\$ 76.611.179	\$ 82.740.073	\$ 92.251.926	\$ 193.016.042

Fuente: Propia del autor

15.6 Mano de obra directa

Tabla 29 Costos de mano de obra

Fuente: Propia del autor

15.7 Ventas

Tabla 30 Costeo gestor comercial

GERENTE/VENDEDOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CANTIDAD DE EMPLEADOS	1	1	1	1	2
GASTOS Y COSTOS X EMPLEADO MENSUAL	\$ 2.160.288	\$ 2.203.494	\$ 2.247.564	\$ 2.292.515	\$ 2.338.365
DOTACIÓN CUATRIMESTRAL	\$ 37.500	\$ 41.625	\$ 46.204	\$ 51.286	\$ 56.928
GASTOS Y COSTOS X EMPLEADO ANUAL	\$ 25.923.456	\$ 26.441.926	\$ 26.970.764	\$ 27.510.179	\$ 56.120.766
DOTACIÓN CUATRIMESTRAL	\$ 112.500	\$ 124.875	\$ 138.611	\$ 153.858	\$ 341.566
TOTAL	\$ 26.035.956	\$ 26.566.801	\$ 27.109.375	\$ 27.664.038	\$ 56.462.332

Fuente: Propia del autor, se toma la información de tablas anteriores

15.8 Gatos administrativos

Tabla 31 Gastos administrativos

ADMINISTRACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
NOMINA GERENTE/VENDEDOR	\$ 26.035.956	\$ 26.566.801	\$ 27.109.375	\$ 27.664.038	\$ 56.462.332
IMPUESTO PREDIAL	\$ 560.000	\$ 604.800	\$ 653.184	\$ 705.439	\$ 761.874
SEGUROS	\$ 1.250.000	\$ 1.350.000	\$ 1.458.000	\$ 1.574.640	\$ 1.700.611
HONORARIOS	\$ 1.000.000	\$ 1.080.000	\$ 1.166.400	\$ 1.259.712	\$ 1.360.489
ICA	\$ 425.618	\$ 459.667	\$ 496.440	\$ 536.156	\$ 579.048
TASA BOMBERIL	\$ 42.562	\$ 45.967	\$ 49.644	\$ 53.616	\$ 57.905
CAMARA DE COMERCIO	\$ 86.400	\$ 93.312	\$ 100.777	\$ 108.839	\$ 117.546
TOTAL	\$ 29.400.536	\$ 30.200.546	\$ 31.033.821	\$ 31.902.439	\$ 61.039.805

Fuente: Propia del autor, recopilación de información de tablas anteriores

15.9 Costos indirectos de fabricación

Tabla 32 Costos indirectos de fabricación.

SERVICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENERGIA ELECTRICA	\$ 480.000	\$ 518.400	\$ 559.872	\$ 604.662	\$ 653.035
ACUEDUCTO Y RECOLECCION DE BASURAS	\$ 468.000	\$ 505.440	\$ 545.875	\$ 589.545	\$ 636.709
TELEFONIA E INTERNET	\$ 1.440.000	\$ 1.555.200	\$ 1.679.616	\$ 1.813.985	\$ 1.959.104
TOTAL	\$ 2.388.000	\$ 2.579.040	\$ 2.785.363	\$ 3.008.192	\$ 3.248.848

Fuente: Propia del autor, recopilación de información de tablas anteriores

15.10 Gatos financieros

Tabla 33 Gastos bancarios

GASTOS BANCARIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GRAVAMEN 4X1000	\$ 525.600	\$ 536.112	\$ 546.834	\$ 557.771	\$ 568.926
COMISION	\$ 195.840	\$ 199.757	\$ 203.752	\$ 207.827	\$ 211.984
IVA	\$ 37.152	\$ 37.895	\$ 38.653	\$ 39.426	\$ 40.215
TOTAL	\$ 30.245.528	\$ 31.067.622	\$ 31.923.837	\$ 32.816.302	\$ 61.978.475

Fuente: Propia del autor, de acuerdo con el promedio de gastos bancarios que puede tener una pyme

15.11 Total, de presupuesto gastado

Tabla 34 Presupuestos de gastos

COSTOS Y GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
GASTOS FINANCIEROS	\$ 30.245.528	\$ 31.067.622	\$ 31.92	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 29.400.536			
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION				
TOTAL				

Fuente: Propia del autor, recopilación de información de tablas anteriores

15.12 Resumen de costos y gastos

Tabla 35 Costos y gastos totales

COSTOS FIJOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 29.400.536	\$ 30.200.546	\$ 31.033.821	\$ 31.902.439	
GASTOS FINANCIEROS	\$ 30.245.528	\$ 31.067.622	\$ 31.923.837	\$ 32	
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	\$ 2.388.000	\$ 2.579.040	\$ 2.785.3		
DEPRECIACIÓN	\$ 789.000	\$ 789.000	\$		
DIFERIDOS	\$ 800.000	\$ 8			
TOTAL DE COSTOS FIJOS	\$ 63.623.064				
COSTOS VARIABLES					
MANO DE OBRA DIRECTA					
MANO DE OBRA INDIRECTA					
TOTAL DE COST					
TOTA					

Fuente: Propia del autor, recopilación de información de tablas anteriores

15.13 Ingresos totales

Tabla 36 Ingresos proyectados

ESTIMACION DE PRECIOS A 5 AÑOS					
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAMISETAS	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 60.000	\$ 65.000	\$ 70.000
PANTALONES	\$ 88.000	\$ 93.500	\$ 102.000	\$ 110.500	\$ 119.000
SHORT	\$ 65.000	\$ 66.000	\$ 72.000	\$ 78.000	\$ 84.000
CHAQUETAS	\$ 120.000	\$ 132.000	\$ 144.000	\$ 156.000	\$ 168.000
ESTIMACION DE VENTAS A 5 AÑOS					
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAMISETAS	\$ 33.000.000	\$ 26.400.000	\$ 28.800.000	\$ 31.200.000	\$ 67.200.000
PANTALONES	\$ 45.900.000	\$ 44.880.000	\$ 48.960.000	\$ 53.040.000	\$ 114.240.000
SHORT	\$ 36.000.000	\$ 31.680.000	\$ 34.560.000	\$ 37.440.000	\$ 80.640.000
CHAQUETAS	\$ 57.600.000	\$ 63.360.000	\$ 69.120.000	\$ 74.880.000	\$ 161.280.000
TOTAL VENTAS	\$ 172.500.000	\$ 166.320.000	\$ 181.440.000	\$ 196.560.000	\$ 423.360.000

Fuente: Propia del autor, recopilación de información de tablas anteriores

15.14 Estado de costos

Tabla 37 Estado de Costos Proyectada

ESTADO DE COSTOS PROYECTADO - RAVEN SPORT SAS						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
MATERIA PRIMA INICIAL	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
MAS + COMPRAS DE MATERIA PRIMA	\$ 70.936.277	\$ 76.611.179	\$ 82.740.073	\$ 92.251.926	\$ 193.016.042	
MATERIA PRIMA DISPONIBLE PARA USAR	\$ 70.936.277	\$ 76.611.179	\$ 82.740.073	\$ 92.251.926	\$ 193.016.042	
MENOS - MATERIA PRIMA FINAL	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
COSTO MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 70.936.277	\$ 76.611.179	\$ 82.740.073	\$ 92.251.926	\$ 193.016.042	
COSTO MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 23.139.633	\$ 23.610.256	\$ 24.091.152	\$ 24.582.623	\$ 50.169.967	
OTROS COSTOS INDIRECTOS	\$ 2.388.000	\$ 2.579.040	\$ 2.785.363	\$ 3.008.192	\$ 3.248.848	
IGUAL A COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL PERIODO	\$ 96.463.910	\$ 102.800.474	\$ 109.616.588	\$ 119.842.741	\$ 246.434.857	
MÁS + PRODUCTOS EN PROCESO INICIAL	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
IGUAL A COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL PERIODO	\$ 96.463.910	\$ 102.800.474	\$ 109.616.588	\$ 119.842.741	\$ 246.434.857	
MENOS - PRODUCTOS EN PROCESO FINAL	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
IGUAL COSTOS PRODUCTOS TERMINADOS	\$ 96.463.910	\$ 102.800.474	\$ 109.616.588	\$ 119.842.741	\$ 246.434.857	
MÁS + PRODUCTOS TERMINADOS INICIAL	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
IGUAL COSTOS DE PRODUCTOS DISPONIBLE A LA VENTA	\$ 96.463.910	\$ 102.800.474	\$ 109.616.588	\$ 119.842.741	\$ 246.434.857	
MENOS - PRODUCTO TERMINADO FINAL	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
IGUAL A COSTO DE VENTA	\$ 96.463.910	\$ 102.800.474	\$ 109.616.588	\$ 119.842.741	\$ 246.434.857	

Fuente: Propia del autor, recopilación de información de tablas anteriores

El estado de costos proyectos buscar dar un horizonte, en este caso darle un horizonte o una proyección al costeo del proyecto por año, para así mismo presupuestar con que se debe contar año con año, este estado solo esta proyectado para costos y se tendrá en cuenta para el estado de resultados y el estado de situación financiera, es necesario tenerlo pues es una parte fundamental para el desarrollo financiero del proyecto.

15.15 Estado de resultados

Tabla 38 Estado de Resultados

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	\$ 172.500.000	\$ 166.320.000	\$ 181.440.000	\$ 196.560.000	\$ 423.360.000
Ventas	\$ 172.500.000	\$ 166.320.000	\$ 181.440.000	\$ 196.560.000	\$ 423.360.000
COSTOS DE VENTA	\$ 96.463.910	\$ 102.800.474	\$ 109.616.588	\$ 119.842.741	\$ 246.434.857
Materia Prima	\$ 70.936.277	\$ 76.611.179	\$ 82.740.073	\$ 92.251.926	\$ 193.016.042
Mano de Obra Directa	\$ 23.139.633	\$ 23.610.256	\$ 24.091.152	\$ 24.582.623	\$ 50.169.967
Costos indirectos de fabricación	\$ 2.388.000	\$ 2.579.040	\$ 2.785.363	\$ 3.008.192	\$ 3.248.848
Servicios	\$ 2.388.000	\$ 2.579.040	\$ 2.785.363	\$ 3.008.192	\$ 3.248.848
UTILIDAD BRUTA	\$ 76.036.090	\$ 63.519.526	\$ 71.823.412	\$ 76.717.259	\$ 176.925.143
GASTOS OPERACIONALES	\$ 55.186.253	\$ 55.675.102	\$ 57.007.853	\$ 58.386.894	\$ 113.130.935
Administración	\$ 30.989.536	\$ 30.989.546	\$ 31.822.821	\$ 32.691.439	\$ 61.828.805
Gastos de Personal	\$ 26.035.956	\$ 26.566.801	\$ 27.109.375	\$ 27.664.038	\$ 56.462.332
Honorarios	\$ 1.000.000	\$ 1.080.000	\$ 1.166.400	\$ 1.259.712	\$ 1.360.489
Impuestos	\$ 985.618	\$ 1.064.467	\$ 1.149.624	\$ 1.241.594	\$ 1.340.922
Seguros	\$ 1.250.000	\$ 1.350.000	\$ 1.458.000	\$ 1.574.640	\$ 1.700.611
Gastos Legales	\$ 128.962	\$ 139.279	\$ 150.421	\$ 162.455	\$ 175.451
Depreciaciones	\$ 789.000	\$ 789.000	\$ 789.000	\$ 789.000	\$ 789.000
Amortizaciones	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ -	\$ -
Ventas	\$ 24.196.717	\$ 24.685.556	\$ 25.185.032	\$ 25.695.455	\$ 51.302.130
Gastos de Personal	\$ 23.139.633	\$ 23.610.256	\$ 24.091.152	\$ 24.582.623	\$ 50.169.967
Publicidad Y Propaganda	\$ 1.057.084	\$ 1.075.300	\$ 1.093.880	\$ 1.112.832	\$ 1.132.163
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 20.849.838	\$ 7.844.424	\$ 14.815.559	\$ 18.330.366	\$ 63.794.208
GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 758.592	\$ 773.764	\$ 789.239	\$ 805.024	\$ 821.124
Gastos Financieros	\$ 758.592	\$ 773.764	\$ 789.239	\$ 805.024	\$ 821.124
Gravamen 4x1000	\$ 525.600	\$ 536.112	\$ 546.834	\$ 557.771	\$ 568.926
Comisiones	\$ 195.840	\$ 199.757	\$ 203.752	\$ 207.827	\$ 211.984
IVA	\$ 37.152	\$ 37.895	\$ 38.653	\$ 39.426	\$ 40.215
INGRESOS EXTRAORDINARIOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 20.091.246	\$ 7.070.660	\$ 14.026.319	\$ 17.525.342	\$ 62.973.083
Impuesto de renta	\$ 7.031.936	\$ 2.474.731	\$ 4.909.212	\$ 6.133.870	\$ 22.040.579
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 13.059.310	\$ 4.595.929	\$ 9.117.108	\$ 11.391.472	\$ 40.932.504

Fuente: Propia del autor, recopilación de información de tablas anteriores

El estado de resultados muestra de manera resumida, los costos y gastos a los largo del proyecto, nos permite proyectar la situación financiera del proyecto desde el inicio y como se quiere ver el proyecto a largo plazo y así permitir que la empresa se trace metas, con el paso del tiempo, esto puede cambiar por muchas factores, uno de ellos es contratar más personal teniendo en cuenta que la empresa año con año tiene factores de crecimiento, lo que haría que o solo crezca la empresa sino que también la producción y las ventas aumente.

15.16 Estado de flujo de efectivo

Tabla 39 Estado de flujo de efectivo

ESTADO FLUJO DE EFECTIVO - RAVEN SPORT

	0	1	2	3	4
UNIDADES	1.920	1.920	1.920	1.920	3.840
PRECIO	\$ 328.000	\$ 346.500	\$ 378.000	\$ 409.500	\$ 441.000
COSTOS VARIABLES	\$ 96.463.910	\$ 102.800.474	\$ 109.616.588	\$ 119.842.741	\$ 246.434.857
GASTOS OPERACIONALES	\$ 55.186.253	\$ 55.675.102	\$ 57.007.853	\$ 58.386.894	\$ 113.130.935
COSTOS FIJOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

	0	1	2	3	4	5
VENTAS	\$ 172.500.000	\$ 166.320.000	\$ 181.440.000	\$ 196.560.000	\$ 423.360.000	
COSTO DE PRODUCCION	\$ 96.463.910	\$ 102.800.474	\$ 109.616.588	\$ 119.842.741	\$ 246.434.857	
COSTOS FIJOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
GASTOS OPERACIONALES	\$ 55.186.253	\$ 55.675.102	\$ 57.007.853	\$ 58.386.894	\$ 113.130.935	
GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 758.592	\$ 773.764	\$ 789.239	\$ 805.024	\$ 821.124	
DEPRECIACIÓN	\$ 789.000	\$ 789.000	\$ 789.000	\$ 789.000	\$ 789.000	\$ 789.000
AMORTIZACIÓN	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE CAJA ANTES DE IMPUESTOS	\$ 20.091.246	\$ 7.070.660	\$ 14.026.319	\$ 17.525.342	\$ 62.973.083	
IMPUESTOS PAGADOS	\$ 7.031.936	\$ 2.474.731	\$ 4.909.212	\$ 6.133.870	\$ 22.040.579	
FLUJO DE CAJA DESPUES DE IMPUESTOS	\$ 13.059.310	\$ 4.595.929	\$ 9.117.108	\$ 11.391.472	\$ 40.932.504	
DEPRECIACION	\$ 789.000	\$ 789.000	\$ 789.000	\$ 789.000	\$ 789.000	\$ 789.000
AMORTIZACION	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ -	\$ -	\$ -
ABONO A CAPITAL	\$ 1.798.100	\$ 2.227.306	\$ 2.758.964	\$ 3.417.529	\$ 1.798.100	
VALOR DE RESCATE						\$ 1.090.702
INVERSION	\$ 15.000.000					
FLUJO DE CAJA NETO	-\$ 15.000.000	\$ 12.850.209	\$ 3.957.622	\$ 7.947.143	\$ 8.762.943	\$ 41.014.106
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	-\$ 15.000.000	-\$ 2.149.791	\$ 1.807.832	\$ 9.754.975	\$ 18.517.918	\$ 59.532.023

FUJO DE CAJA DE INGRESOS	\$ -	\$ 175.678.000	\$ 169.498.000	\$ 184.618.000	\$ 198.138.000	\$ 426.028.701
FLUJO DE CAJA DE EGRESOS	\$ 15.000.000	\$ 162.827.790	\$ 165.540.377	\$ 176.670.857	\$ 189.375.057	\$ 385.014.596
FLUJO DE CAJA NETO	-\$ 15.000.000	\$ 12.850.209	\$ 3.957.622	\$ 7.947.143	\$ 8.762.943	\$ 41.014.106

PRI	2,23 Años	2 años	84 días	TASA DE IMPUESTO	35%
VPN	\$ 19.920.435,34			TIO	19,95%
TIR	67,49%			INFLACION	11,43%
RBC	1,11			RISKPRIME	11,27%
				RISKFREE	5,50%
				BETA	1,00%
		WEIGHT	RATE	WEIGH*RATE	TM
FFI	\$ 15.000.000	56%	20%	11%	
FFE	\$ 12.000.000	44%	11,02%	5%	
TOTAL	\$ 27.000.000	100%			17%
		WACC		16%	

Fuente: Propia del autor, recopilación de información de tablas anteriores

El flujo de efectivo nos permite mostrar los movimientos del dinero, para evaluar por medio de indicadores financieros el comportamiento del efectivo y así poder tomar decisiones que beneficien a la empresa, lo que se establece en este estado es la tasa de retorno, el periodo de recuperación y el valor presente neto, estos componentes nos permite indicar que tan factible son los estudios para la inversión.

15.17 Punto de equilibrio

Tabla 40 Punto de equilibrio

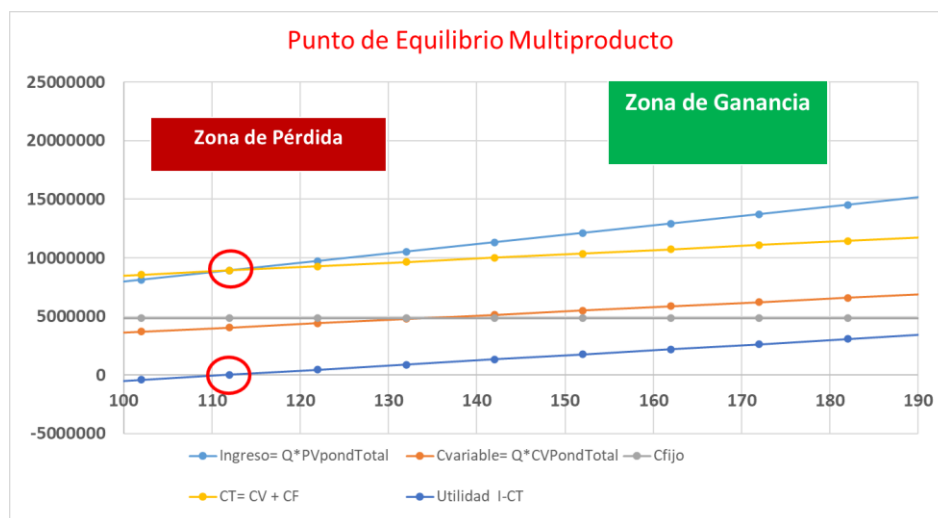
Fuente: Propia del autor, recopilación de información de tablas anteriores

El punto de equilibrio es una proyección que nos permite saber cuántas unidades se necesitan producir y vender para poder cubrir con los costos y gastos que tiene la empresa en un determinado momento, en el caso de este estudio se tuvo que hacer un punto de equilibrio multiproducto, pues la empresa tiene 4 líneas de producto y es necesario conocer cuántos productos se necesitan fabricar y vender, por cada línea de productos, para cubrir los costos y gastos por producto. El punto de equilibrio al ser neutral, al principio, no va a contar con pérdidas o ganancias

como tal, es solo un punto que después de ser superado solo va a tener ganancias, en el caso del multiproducto sucede lo mismo, después de sobrepasar ese punto solo se obtendrán ganancias, esto no solo se proyecta en el punto de equilibrio, si no también estados de situación financiera, en donde se detalla de una forma más profunda y financiera lo que parte de este punto de equilibrio.

UNIDADES	Costos				Utilidad I-CT
	Ingreso= Q*PVpondT otal	Cvariable= Q*CVPond Total	Cfijo	CT= CV + CF	
92	\$7.340.108	\$3.332.456	\$4.861.070	\$8.193.527	-\$853.418
102	\$8.137.946	\$3.694.680	\$4.861.070	\$8.555.750	-\$417.804
112	\$8.935.784	\$4.056.903	\$4.861.070	\$8.917.973	\$17.810
122	\$9.733.622	\$4.419.127	\$4.861.070	\$9.280.197	\$453.425
132	\$10.531.459	\$4.781.350	\$4.861.070	\$9.642.420	\$889.039
142	\$11.329.297	\$5.143.574	\$4.861.070	\$10.004.644	\$1.324.653
152	\$12.127.135	\$5.505.797	\$4.861.070	\$10.366.867	\$1.760.268
162	\$12.924.973	\$5.868.021	\$4.861.070	\$10.729.091	\$2.195.882
172	\$13.722.811	\$6.230.244	\$4.861.070	\$11.091.314	\$2.631.496
182	\$14.520.649	\$6.592.468	\$4.861.070	\$11.453.538	\$3.067.111
192	\$15.318.486	\$6.954.691	\$4.861.070	\$11.815.761	\$3.502.725
202	\$16.116.324	\$7.316.915	\$4.861.070	\$12.177.985	\$3.938.339
212	\$16.914.162	\$7.679.138	\$4.861.070	\$12.540.208	\$4.373.954
222	\$17.712.000	\$8.041.362	\$4.861.070	\$12.902.432	\$4.809.568
232	\$18.509.838	\$8.403.585	\$4.861.070	\$13.264.655	\$5.245.182
242	\$19.307.676	\$8.765.808	\$4.861.070	\$13.626.879	\$5.680.797

Fuente: Propia del autor, recopilación de información de tablas anteriores



Fuente: Propia del autor, recopilación de información de tablas anteriores

15.18 Estado de situación financiera

Tabla 41 Estado de situación financiera proyectada

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA - RAVEN SPORT SAS						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVO CORRIENTE	\$ 15.000.000	\$ 27.850.209	\$ 31.807.832	\$ 39.754.975	\$ 48.517.918	\$ 89.532.023
DISPONIBLE	\$ 15.000.000	\$ 27.850.209	\$ 31.807.832	\$ 39.754.975	\$ 48.517.918	\$ 89.532.023
CAJA	\$ 15.000.000	\$ 27.850.209	\$ 31.807.832	\$ 39.754.975	\$ 48.517.918	\$ 89.532.023
ACTIVO FIJO	\$ 9.780.700	\$ 8.991.700	\$ 8.202.700	\$ 6.613.701	\$ 5.824.701	\$ 3.457.701
PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO	\$ 8.980.700	\$ 8.191.700	\$ 7.402.700	\$ 6.613.701	\$ 5.824.701	\$ 3.457.701
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 3.280.700	\$ 3.280.700	\$ 3.280.700	\$ 3.280.700	\$ 3.280.700	\$ 3.280.700
EQUIPO DE OFICINA	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	\$ 4.100.000	\$ 4.100.000	\$ 4.100.000	\$ 4.100.000	\$ 4.100.000	\$ 4.100.000
DEPRECIACION ACUMULADA	\$ -	-\$ 789.000	-\$ 1.578.000	-\$ 2.367.000	-\$ 3.155.999	-\$ 5.522.999
DIFERIDOS	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ -	\$ -	\$ -
GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADO	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVO	\$ 24.780.700	\$ 36.841.910	\$ 40.010.532	\$ 46.368.675	\$ 54.342.618	\$ 92.989.724
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE	\$ 12.000.000	\$ 10.201.900	\$ 7.974.594	\$ 5.215.629	\$ 1.798.100	\$ -
OBLIGACIONES FINANCIERAS	\$ 12.000.000	\$ 10.201.900	\$ 7.974.594	\$ 5.215.629	\$ 1.798.100	\$ -
OTRAS	\$ 12.000.000	\$ 10.201.900	\$ 7.974.594	\$ 5.215.629	\$ 1.798.100	\$ -
TOTAL PASIVO	\$ 12.000.000	\$ 10.201.900	\$ 7.974.594	\$ 5.215.629	\$ 1.798.100	\$ -
PATRIMONIO						
APORTES DE CAPITAL SOCIAL	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ -	\$ 13.059.310	\$ 4.595.929	\$ 9.117.108	\$ 11.391.472	\$ 40.932.504
UTILIDADES DE EJERCICIOS ANTERIORES	\$ -	\$ -	\$ 13.059.310	\$ 17.655.238	\$ 20.508.580	\$ 52.323.976
TOTAL PATRIMONIO	\$ 15.000.000	\$ 28.059.310	\$ 32.655.238	\$ 41.772.346	\$ 46.900.052	\$ 108.256.481
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 27.000.000	\$ 38.261.210	\$ 40.629.832	\$ 46.987.975	\$ 48.698.152	\$ 108.256.481

Fuente: Propia del autor, recopilación de información de tablas anteriores

15.19 Evaluación financiera de proyectos

Por medio de esta evaluación y el análisis de los resultados obtenidos, anteriormente, se puede identificar la factibilidad del proyecto tiene una muy buena proyección, que si se sigue las estrategias que se plantean puede llegar a tener mejores resultados. De acuerdo con todo el estudio se definen los siguientes términos para mayor comprensión:

Periodo de retorno de inversión (PRI)

El retorno de la inversión de acuerdo con el estudio financiero se indica que se recupera en un lapso de 2 años dos meses y 8 días con exactitud, lo que nos quiere decir que los ingresos serán suficientes para cubrir la inversión inicial a partir de ese momento, lo que para los inversionistas puede ser un buen tiempo para la recuperación de lo invertido

PRI= 2 años 84 días

Valor presente neto (VPN)

El valor presente neto nos permite identificar el valor actual de los flujos de caja menos la inversión inicial lo que nos indica si el negocio genera ganancias o pérdidas en el caso de RAVEN SPORT, se determina que la VPN es de \$19.920.435, desde el periodo 0 hasta los 5 años que se proyectan, lo que quiere decir que es un valor positivo y debería ser llamativo para los inversionistas pues da un valor superior a 0, lo que nos indica es que el valor de la inversión aumentara con el transcurso del tiempo y siguiendo las estrategias de negocio.

VPN= \$19.920.435

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Indica que tan rentable es el proyecto, estableciendo un porcentaje de la rentabilidad es más seguro para un inversionista ver la factibilidad del proyecto, la TIR que se proyecta para RAVEN SPORT es de 67,49%, indicando que la proyección de la inversión inicial tiene una rentabilidad de más de la mitad, factor que se convierte en un atractivo para los inversionistas

TIR= 67%

Relación Beneficio Costo (R B/C)

Este factor indica la relación de los beneficios o las acciones del negocio que luego será descontado con los costos y permite la toma de decisiones sobre el proyecto, Si el resultado arroja una cifra mayor a 1 indica que los ingresos son superiores a los egresos, en el caso de RAVEN SPORT el valor es de 1,11

R B/C=1,11

CONCLUSIONES

1. El mercado de la ropa deportiva en Colombia se encuentra en un momento de crecimiento. Para las personas se convirtió en una prioridad, porque es una búsqueda de mejorar su condición física y sus aspectos de salud, esto nos lleva a un aumento de la práctica deportiva, el desarrollo de la industria textil colombiana y la creciente demanda de ropa deportiva de calidad.
2. El municipio de Funza, Cundinamarca, es un escenario adecuado para el desarrollo de un proyecto de fabricación y comercialización de ropa deportiva. El municipio cuenta con una población atractiva, de los cuales una gran proporción practica deporte. Además, el municipio apoya al deportista, cuenta con una infraestructura deportiva desarrollada, que incluye canchas, gimnasios y clubes deportivos.
3. El estudio de factibilidad permitirá identificar los principales obstáculos y oportunidades para el éxito de este tipo de negocios en el municipio de Funza. El estudio de factibilidad permitirá determinar los recursos necesarios para poder tener un negocio en marcha
4. El desarrollo de este proyecto de factibilidad de ropa deportiva en el municipio de Funza tendría los siguientes beneficios:
 - Contribuiría al desarrollo económico y social de la región.
 - Promovería el deporte y la actividad física.
 - Fortalecería la industria textil colombiana.

5. Para que el proyecto sea exitoso, es importante tener en cuenta las siguientes recomendaciones:
 - Enfoque en la calidad.
 - Estrategia de diferenciación.
 - Promoción y marketing.

6. La ropa deportiva es una necesidad para las personas que practican deporte. La ropa deportiva debe ser cómoda, segura y adecuada para la actividad física que se practique.

7. El mercado de la ropa deportiva es competitivo. Lo que indica que es un muy buen proyecto en el que los inversionistas no tendrían casi probabilidad de perdidas, si no que por el contrario tendrían ganancias, el estudio financiero nos ayuda a determinar que el proyecto es positivo.

8. La ropa deportiva cada día está tomando con más fuerza el mercado. El aumento de la práctica deportiva a nivel mundial ha impulsado el crecimiento del mercado de la ropa deportiva.

9. El estudio de factibilidad es un paso importante para la evaluación de la viabilidad del proyecto. El estudio permitirá identificar los riesgos y oportunidades del proyecto.

10. El municipio de Funza es un punto estratégico ya que con su cercanía con Bogotá hace que sea una gran ciudad de comercio. La ubicación estratégica del municipio lo convierte en un destino atractivo para las empresas que buscan expandir sus operaciones.

BIBLIOGRAFÍA

- ACOSTA ARGOTE, C. (27 de Junio de 2023). *La República*. Obtenido de www.larepublica.co:
<https://www.larepublica.co/especiales/las-1-000-empresas-mas-grandes-de-2022/las-empresas-textileras-movieron-14-34-billones-en-2022-un-aporte-al-pib-de-9-4-3644821#:~:text=Textiles-,Las%20empresas%20textileras%20movieron%20%2414%2C34%20billones%20en%2020>
- Arias, F. G. (2006). *El Proyecto de Investigación* (Vol. 6). Caracas, Venezuela: Editorial Episteme .
- Asamblea Constituyente de Colombia de 1991. (s.f.). www.secretariasenado.gov.co. Obtenido de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991_pr011.html
- Azout Abaddi, R. (2020). <https://www.lafayettesports.com.co/>. Obtenido de <https://www.lafayettesports.com.co/noticias/confeccion-deportiva/como-lograr-colecciones-deportivas-a-traves-de-un-proceso-de-confeccion-efectivo/#:~:text=La%20confecci%C3%B3n%20es%20quiz%C3%A1s%20una,colecci%C3%B3n%20a%20obtener%2C%20los%20estampados.:https://www.lafayettesports.com.co/noticias/confeccion-deportiva/como-lograr-colecciones-deportivas-a-traves-de-un-proceso-de-confeccion-efectivo/#:~:text=La%20confecci%C3%B3n%20es%20quiz%C3%A1s%20una,colecci%C3%B3n%20a%20obtener%2C%20los%20estampados.>
- Blanco, A. (2000). *Formulación y Evaluación de proyectos*. Caracas: Sexta edición.
- Camara de Comercio de Bogota . (2021). www.ccb.org.co. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/observatorio/Dinamica-Empresarial/Dinamica-empresarial>
- Camara de comercio de Bogotá. (2022). www.ccb.org.co. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/observatorio/Dinamica-Empresarial/Dinamica-empresarial/EMPRESAS-RENOVADAS-Las-MiPymes-representan-el-99-2-de-las-empresas-renovadas-y-las-micro-y-pequenas-el-97-6>
- Creating Opportunities for a Better Life. (s.f.). edu.gcfglobal.org. Obtenido de <https://edu.gcfglobal.org/es/emprendimiento/que-es-el-pensamiento-lateral/1/>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (s.f.). www.dane.gov.co. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/sistema-estadistico-nacional-sen/normas-y-estandares/nomenclaturas-y-clasificaciones/clasificaciones/clasificacion-industrial-internacional-uniforme-de-todas-las-actividades-economicas-ciiu>
- Educahistoria. (s.f.). *La evolución de la vestimenta a través de los siglos: Un reflejo de la cultura y la sociedad*. Obtenido de <https://educahistoria.com/la-evolucion-de-la-vestimenta-a-traves-de-los-siglos-un-reflejo-de-la-cultura-y-la-sociedad/>

- El Congreso de Colombia. (2004). *www.funcionpublica.gov.co*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=14501>
- El Congreso de Colombia. (2006). *www.minciencias.gov.co*. Obtenido de <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>
- EL CONGRESO DE COLOMBIA. (2011). *LEY 1480 DE 2011*. Colombia.
- EL CONGRESO DE COLOMBIA. (02 de 05 de 2016). *LEY 1780 DE 2016*. Obtenido de www.funcionpublica.gov.co: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=69573>
- EL CONGRESO DE COLOMBIA. (31 de 12 de 2020). *LEY 2069 DE 2020*. Obtenido de www.funcionpublica.gov.co: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=160966>
- El Legado Prehistórico. (21 de Julio de 2023). <https://ellegadoprehistorico.com/hombre-prehistorico/como-era-la-vestimenta-de-la-prehistoria/>. Obtenido de www.ellegadoprehistorico.com: <https://ellegadoprehistorico.com/hombre-prehistorico/como-era-la-vestimenta-de-la-prehistoria/>
- Guías Practicas. (2020). *www.guiaspracticass.com*. Obtenido de <https://www.guiaspracticass.com/ropa-de-deporte#:~:text=La%20ropa%20de%20deporte%20o,seguridad%20y%20un%20mayor%20rendimiento.>
- ICONTEC. (s.f.). *Textiles y confecciones. Ropa para deporte*. Obtenido de <https://tienda.icontec.org/gp-textiles-y-confecciones-ropa-para-deporte-ntc2509-1988.html>
- ICONTEC. (s.f.). *Textiles. Telas de tejido de punto. Requisitos específicos*. Obtenido de <https://tienda.icontec.org/gp-textiles-telas-de-tejido-de-punto-requisitos-especificos-ntc703-3-2001.html>
- Ideas Rapidas. (s.f.). *www.ideasrapidas.com*. Obtenido de <https://www.ideasrapidas.com/costura/aprende-a-como-hacer-hermoso-abrigo-con-gorro/>
- Luna, R., & Chaves, D. (Marzo de 2001). *Guía para elaborar estudios de factibilidadde proyectos ecoturísticos*. Guatemala: PROARCA/CAPAS.
- Mondragon Puerto, D. (2017). *Formulación y evaluación de proyectos*. Obtenido de <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1318/Formulaci%C3%B3n%20y%20Evaluaci%C3%B3n%20de%20Proyectos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>: <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1318/Formulaci%C3%B3n%20y%20Evaluaci%C3%B3n%20de%20Proyectos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Observatorio Regional Ambiental y de Desarrollo Sostenible del Río Bogotá. (s.f.). *El Observatorio y los municipios: Funza*. Obtenido de <https://orarbo.gov.co/es/el-observatorio-y-los-municipios/informacion-general-municipio?cd=26d2869c0a68c59f9488c3d3e9d421e5>

PROCOLOMBIA. (9 de Febrero de 2023). *Industria textil colombiana y su crecimiento a través de la innovación y la competitividad*. Obtenido de <https://www.colombiatrade.com.co/noticias/industria-textil-colombiana-y-su-crecimiento-traves-de-la-innovacion-y-la-competitividad>

Timmons, J., Zacharakis, A., & Spinelli, S. (2004). *Business Plans That Work*. New York: McGraw Hill Professional.

Torres, F. (13 de Agosto de 2012). <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3162/1/UPS-GT000318.pdf>. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3162/1/UPS-GT000318.pdf>