

**Plan De Negocio Para La Empresa “Alana Confecciones” En La Ciudad De San Juan De
Pasto**

Valeria Andrade Bustamante

Jhon Jairo Yandar Rincones

Universidad CESMAG

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

Programa Contaduría Publica

San Juan de Pasto

2024

**Plan De Negocio Para La Empresa “Alana Confecciones” En La Ciudad De San Juan De
Pasto**

Valeria Andrade Bustamante

Jhon Jairo Yandar Rincones

Asesor (a):

Mg. Diana Gicela Villota Ortega

Universidad CESMAG

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

Programa Contaduría Publica

San Juan de Pasto

2024

Nota de aceptación

Jurado 1

Jurado 2

San Juan de Pasto, 2024

El pensamiento que se expresa en esta obra es exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete la ideología de la Universidad CESMAG.

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado con el mas profundo agradecimiento a todas las personas que, de una u otra manera han sido fundamentales para que este sueño se haya hecho realidad.

A nuestros padres, quienes, con su amor incondicional, sacrificios y consejos han sido nuestra mayor fuente de inspiración, desde pequeños nos inculcaron valores como la perseverancia y compromiso, enseñándonos que los grandes logros solo se alcanzan con esfuerzo y dedicación, su apoyo emocional nos permitió llegar hasta este punto, por lo cuales les estaremos eternamente agradecidos.

A nuestra universidad, porque nos brindo los recursos y espacios necesarios para formarnos profesionalmente y crecer personalmente. Este entorno académico ha sido un lugar de aprendizaje y de grandes experiencias que marcaron nuestras vidas para siempre.

A nuestros profesores, quienes con su paciencia, conocimiento y orientaciones nos guiaron en este proceso, agradecemos profundamente su confianza puesta en nosotros.

Y finalmente dedicamos este trabajo a nosotros mismos por haber creído en nuestras capacidades, este logro es el resultado de muchas noches en vela, de esfuerzos acumulados y de sueños perseguidos.

Agradecimientos

En primer lugar, agradecemos a Dios por habernos dado la fortaleza, la sabiduría y la perseverancia para enfrentar cada reto que se nos presentó en el proceso, sin su guía, el camino hubiera sido mucho más difícil.

De ante mano cabe resaltar nuestros agradecimientos a la pionera para el desarrollo de este trabajo quien es Emma Lucia Bustamente, su idea de negocio fue la pieza principal para llevar a cabo el desarrollo de este plan de negocio.

Por otro lado, agradecidos con nuestros padres por haber sido nuestro mayor apoyo, por su amor incondicional y por acompañarnos en cada desvelada diaria necesarias para alcanzar esta meta, este título también es de ellos, todo lo ahora logrado es también un reflejo de todo su esfuerzo y dedicación.

Igualmente, un especial agradecimiento a nuestro asesor, por sus consejos y apoyo para sacar adelante este trabajo, agradecemos su disposición y su tiempo a lo largo de todo este proceso, a los jurados por sus valiosas sugerencias y consejos durante la elaboración de este trabajo. Su visión crítica y su compromiso con la excelencia académica han sido de gran ayuda para enriquecer el contenido y la calidad del mismo.

Finalmente, queremos agradecer a todas aquellas personas que, aunque no mencionamos, contribuyeron a que este trabajo fuera posible.

A todos ustedes nuestros más sinceros agradecimientos.

Tabla de Contenido

	Pág.
1 TITULO	14
1.1. Descripción de la oportunidad de mercado.....	14
2 OBJETIVOS	16
2.1 Objetivo general.....	16
2.2 Objetivos específicos	16
3 CONCEPTO DEL NEGOCIO.....	16
3.1 En qué consiste el negocio	16
3.2 Identificación de bienes y servicios	17
4 ANÁLISIS DEL MERCADO.....	19
4.1 Investigación de mercado	19
4.1.1 Fuentes de recolección de información	19
4.1.2 Población y muestra	20
4.1.3 Técnicas e instrumentos de recolección.	21
4.1.4 Análisis e interpretación de la información.....	22
4.2 Análisis de la demanda.	38
4.2.1 Identificación de las características de la demanda.....	38
4.2.2 Cálculo y proyección de la demanda.....	40
4.3 Análisis de la competencia.....	45
4.3.1 Identificación de las características de la oferta.	45

4.3.2	Calculo y proyección de la oferta.....	46
4.4	Determinación del mercado insatisfecho.....	47
4.5	Estrategias de mercadeo.....	49
4.6	Presupuesto de la mezcla de mercadeo.....	50
5	PLAN DE OPERACIONES.....	51
5.1	Ficha técnica.....	51
5.2	Localización e identificación del tamaño del negocio.....	53
5.3	Descripción de procesos de producción, ventas y servicios.....	54
5.4	Distribución física e ingeniería del proyecto.....	56
5.5	Necesidades y requerimientos.....	57
5.6	Plan de producción u operación.....	58
6	ASPECTOS ORGANIZACIONALES.....	59
6.1	Estructura Organizacional.....	59
6.2	Descripción de funciones.....	59
6.3	Normatividad.....	64
6.3.1	Normatividad empresarial.....	64
6.3.2	Normatividad tributaria.....	68
6.3.3	Normatividad técnica.....	69

	9
6.3.4 Normatividad laboral.	70
6.3.5 Normatividad ambiental.	72
7 PLAN FINANCIERO.....	75
7.1 Estudio económico.....	75
7.1.1 Determinación de inversiones.....	75
7.1.2 Cálculo de costos y gastos.....	77
7.1.3 Cálculo y proyección de los ingresos.....	86
7.1.4 Identificación del punto de equilibrio.	87
7.1.5 Estados financieros.	89
7.2 Evaluación financiera.....	95
7.2.1 Indicadores de rentabilidad financiera.....	95
8 IDENTIFICACIÓN DE POSIBLES INCIDENCIAS.....	97
8.1 Incidencias económicas.	98
8.2 Incidencias ambientales.	99
8.3 Incidencias sociales.....	100
9 CONCLUSIONES.....	102
10 RECOMENDACIONES.....	104
REFERENCIAS.....	106

Índice de Tablas**Pág.**

Tabla 1	20
Tabla 2 <i>Cálculo y proyección de la demanda para delantales.</i>	40
Tabla 3 <i>Frecuencia de compra para delantales.</i>	40
Tabla 4 <i>Cantidad de compra para delantales.</i>	41
Tabla 5 <i>Proyección anual delantales.</i>	41
Tabla 6 <i>Cálculo y proyección de la demanda para filipinas.</i>	42
Tabla 7 <i>Frecuencia de compra para filipinas.</i>	43
Tabla 8 <i>Cantidad de compra para filipinas.</i>	43
Tabla 9 <i>Proyección anual filipinas.</i>	44
Tabla 10 <i>Cálculo y proyección de la oferta 2022.</i>	46
Tabla 11 <i>Proyección anual oferta.</i>	46
Tabla 12 <i>Mercado insatisfecho delantales.</i>	47
Tabla 13 <i>Mercado insatisfecho filipinas.</i>	48
Tabla 14 <i>Presupuesto plan de mercadeo</i>	50
Tabla 15 <i>Tamaño del negocio.</i>	53
Tabla 16 <i>Tamaño del negocio.</i>	54
Tabla 17 <i>Descripción de necesidades y requerimientos.</i>	57
Tabla 18 <i>Plan de producción u operación para delantales.</i>	58
Tabla 19 <i>Plan de producción u operación para filipinas.</i>	58
Tabla 20 <i>Manual de funciones y plan de trabajo del gerente.</i>	60
Tabla 21 <i>Manual de funciones y plan de trabajo del contador público.</i>	61
Tabla 22 <i>Manual de funciones y plan de trabajo de los operarios.</i>	62

Tabla 23 <i>Manual de funciones y plan de trabajo del vendedor.</i>	63
Tabla 24 <i>La tabla contempla toda la maquinaria, equipo de oficina y demás muebles que harán parte de la inversión inicial de la empresa.</i>	75
Tabla 25 <i>Inversión diferida corresponde a todo aquello en lo que incurre la empresa para realizar sus funciones de acuerdo a la normatividad vigente según la ley 2069 de 2020 del congreso de Colombia (Col)</i>	76
Tabla 26 <i>Inversión total para la ejecución del plan de negocios.</i>	76
Tabla 27 <i>Costos de materia prima para delantales.</i>	77
Tabla 28 <i>Costo de materia prima para filipina.</i>	77
Tabla 29 <i>Costos directos de fabricación.</i>	78
Tabla 30 <i>Costos de producción en servicios.</i>	79
Tabla 31 <i>Mano de obra directa.</i>	79
Tabla 32 <i>Gastos de administración.</i>	81
Tabla 33 <i>Mano de obra indirecta.</i>	81
Tabla 34 <i>Gastos en ventas.</i>	83
Tabla 35 <i>Nómina de vendedor</i>	83
Tabla 36 <i>Depreciación de la propiedad plata y equipo de la empresa.</i>	85
Tabla 37 <i>Consolidados de los costos y gastos de la empresa “Alana confecciones”.</i>	85
Tabla 38 <i>Proyección de ingresos de delantales.</i>	86
Tabla 39 <i>Proyección de ingresos filipinas.</i>	87

Índice de Figuras	Pág.
Figura 1 <i>Uso del delantal en los puestos de trabajo</i>	22
Figura 2 <i>Adquisición de delantales como dotación</i>	22
Figura 3 <i>Adquisición de filipinas como dotación.</i>	23
Figura 4 <i>Frecuencia en la compra de delantales.</i>	24
Figura 5 <i>Cantidad de delantales dotados al personal por cada compra.</i>	24
Figura 6 <i>Cantidad de filipinas para dotación al personal, por cada compra.</i>	25
Figura 7 <i>La población objeto de estudio califica la innovación del producto.</i>	26
Figura 8 <i>La filipina como buena imagen y presentación personal.</i>	27
Figura 9 <i>Le gusta el producto.</i>	27
Figura 10 <i>Adquisición de nuestros delantales con la actividad ejecutada a través del modelo encuesta.</i>	28
Figura 11 <i>Nuestras filipinas y la adquisición de las mismas a los encuestados.</i>	29
Figura 12 <i>Modificaciones al producto.</i>	29
Figura 13 <i>Posibles modificaciones al producto.</i>	30
Figura 14 <i>Calidad de telas.</i>	31
Figura 15 <i>Tipos de tela para delantales.</i>	31
Figura 16 <i>Tipos de telas para filipinas.</i>	32
Figura 17 <i>Personalización de delantales.</i>	33
Figura 18 <i>Innovación en producto</i>	34
Figura 19 <i>Voz a Voz de “Alana confecciones”</i>	35
Figura 20 <i>Promociones por la compra de delantales y filipinas.</i>	36
Figura 21 <i>Precio de venta para los delantales.</i>	36

Figura 22 <i>Precio de venta para las filipinas</i>	37
Figura 23 <i>Ficha técnica donde se contiene la descripción detallada del delantal</i>	51
Figura 24 <i>Ficha técnica donde se contiene la descripción detallada del producto “filipinas”</i>	52
Figura 25 <i>Diagrama de flujo de producción, ventas y servicios</i>	54
Figura 26 <i>Distribución física e ingeniería del proyecto</i>	56
Figura 27 <i>Estructura organizacional</i>	59
Figura 28 <i>Punto de equilibrio delantales</i>	87
Figura 29 <i>Punto de equilibrio de las filipinas</i>	88
Figura 30 <i>Balance de prueba</i>	90
Figura 31 <i>Estado de Situación Financiera a 31 de diciembre de 2023</i>	90
Figura 32 <i>Estado de Resultados a 31 de diciembre del año 2023</i>	92
Figura 33 <i>Flujo de caja libre a 31 de diciembre del año 2023</i>	93
Figura 34 <i>VPN de plan de negocios “Alana confecciones”</i>	95
Figura 35 <i>TIR de la empresa “Alana confecciones”</i>	96
Figura 36 <i>Relación beneficio costo (RBC) de “Alana confecciones”</i>	97

1 Título

Plan De Negocio Para La Empresa “Alana Confecciones” En La Ciudad De San Juan De Pasto.

1.1. Descripción de la oportunidad de mercado

La idea de negocio se denominará “Alana Confecciones” la cual se dedicará a la fabricación de delantales y filipinas; destacando que las filipinas de chefs es un tipo de camisa que permite a los portadores aislarse de altas temperaturas de las estufas u hornos, aceites y otros, actuando como protector de quemaduras o líquidos calientes. Por razón de lo anterior, este proyecto ve la necesidad de organizar la idea de negocio contemplando los conocimientos del emprendedor y la experiencia, de acuerdo al tiempo que informalmente el comerciante ha manejado la empresa, y que en sus actividades se han evidenciado resultados favorables lo que permite considerar que el producto si es de interés. Por tal motivo el fin de la propuesta de este plan de negocios será dar formalidad y orden estableciendo lo concerniente a la constitución de la empresa de acuerdo al efecto obtenido en cuestión del mercado enfocado y los resultados administrativos, financieros, económicos y técnicos.

Este emprendimiento lo encabeza un pequeño comerciante informal que de acuerdo al desarrollo de su actividad se han evidenciado diferentes dificultades y problemas como; la inexistencia de la creación de un plan de negocios que le permita establecer objetivos, planes y metas con el fin de ejecutar un proyecto viable que por consecuencia, genere beneficios al interesado, caso de este empresario, y posiblemente el del 57.9% de vendedores que se dedican a la informalidad según cifras que publica el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE, 2023, págs. 12 - 1), y agregando paralelamente que, la falta de información trae como consecuencia el retraso para iniciar con formalidad la creación de sus negocios

desconociendo la funcionalidad adecuada de las áreas importantes que componen una empresa como la dirección, recursos humanos, producción y **contabilidad** según lo instruido por, (Economipedia, s.f., págs. 12 - 2).

Es de vital importancia dar orden y estructura a la propuesta de negocio para la creación de empresa de lo contrario pueden hallar errores como; no manejar el área contable y como consecuencia desconocer las diferencias entre costo y gasto y desconocer los diferentes elementos del costo que son materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación; no presupuestar la inversión inicial para la fabricación del producto de interés; establecer precios de venta erróneos por la comparación de productos a fines; no tener un margen de utilidad; incurrir en gastos innecesarios; no formalizar un plan de trabajo ni supervisión externa que se encargue de dar correcciones; la mala administración de recursos o resultados de ventas efectivas puede ser una de las principales razones por las cuales no crecen las empresas, y otras.

Por esta razón, el plan de negocios será el instrumento que permitirá la evaluación de esta propuesta de negocio y su rentabilidad. El objeto es aportar conocimiento al emprendedor con el fin de obtener resultados favorables, permitiendo la generación de empleo, ya que en la evaluación de la idea de negocio se argumentará de acuerdo a los parámetros legalmente constituidos la licencia de la creación de esta empresa con la respectiva constitución y los procesos que correspondan para dar marcha e inicio al proyecto, que a futuro dará frutos rentables debido a su adecuado manejo. En la evaluación de la idea de negocio con la productividad por efectos logrados se dará evidencia de la viabilidad y factibilidad de esta investigación en la ejecución del proyecto, el cual tiene como propósito demostrar la importancia de la estructuración u organización de empresa y complementariamente conocimientos contables logrando el fortalecimiento de las mismas en la ciudad de San Juan de Pasto.

2 Objetivos

2.1 Objetivo general

Formular un plan de negocio para la empresa "Alana confecciones" en la ciudad de San Juan de Pasto.

2.2 Objetivos específicos

- I.** Realizar un estudio de mercado para la empresa “Alana confecciones” de la ciudad de San Juan de Pasto.
- II.** Plantear un estudio técnico para la empresa “Alana confecciones” de la ciudad de San Juan de Pasto.
- III.** Elaborar un estudio administrativo para la empresa “Alana confecciones” de la ciudad de San Juan de Pasto.
- IV.** Realizar un estudio económico con el fin de calcular los indicadores económicos para la empresa “Alana confecciones” de la ciudad de San Juan de Pasto.
- V.** Realizar un estudio financiero para identificar inversión y gastos para la empresa “Alana confecciones”.
- VI.** Identificar las posibles incidencias económicas, sociales y ambientales que puede originar el plan de negocio “Alana confecciones”.

3 Concepto del negocio

3.1 En qué consiste el negocio

La misión de “Alana confecciones” es la producción y comercialización de delantales y filipinas con el fin mencionado en el descrito del literal 1.1 de este trabajo. Los diseños de estos

productos son únicos e innovadores, porque permitirán al individuo la personalización de su compra de acuerdo a sus necesidades, garantizando calidad en el producto y servicio y logrando la entera satisfacción del cliente con el cumplimiento de sus expectativas.

“Alana confecciones” es un negocio que busca dotar de delantales y filipinas a los restaurantes ya que han visto la necesidad de proveer al área de producción, el artículo por la higiene del personal para la manipulación de alimentos y la uniformidad de los operarios. Como lo establecido según el decreto 2674/2013 expedido por el ministerio de salud y protección social, que menciona las buenas prácticas de manufactura y los principios básicos en la práctica de higiene en la manipulación, preparación, procesamiento de alimentos y la adecuada aplicación del mismo donde permite obtener productos inocuos, de óptima calidad y trabajadores cumpliendo las normas de higiene, seguridad, con el fin de proteger la vida y salud de las personas (social, 2013)

3.2 Identificación de bienes y servicios

El plan de negocio “Alana confecciones” se diferencia de los demás por la calidad en la creación del mismo. De los dos productos que ofrece este proyecto sus componentes y bondades son:

- ✓ Delantal: Para el delantal la tela que es utilizada se llama anti fluidos y los materiales complementarios para su elaboración son el sesgo, hilo. En caso de usar otra tela como, lino Flex ordinario, lona o seda china se incluye el forro para que no pasen los líquidos salvaguardando siempre el producto y priorizando al cliente la calidad de su experiencia con el uso del delantal de “Alana confecciones” y así permitirá el cuidado de la ropa que se porte debajo del delantal, también tiene bolsillos para guardar algún objeto o según el uso que lo

requiera el portador y su bondad y valor agregado será la personalización según las especificaciones requeridas por el consumidor.

✓ Filipina: La filipina como se menciona en el literal 3.1 de este trabajo, es una camisa de chef que permite el cuidado y aislamiento del cocinero a las altas temperaturas de hornos o estufas y lo protege de salpicaduras de líquidos calientes. Para la elaboración de la filipina se usa la tela anti fluido o tela dril con un diseño de camisa cruzada, viene con 10, 12, o 14 botones de acuerdo a la talla del individuo, en la parte delantera, viene con el cuello estilo Mao o militar y sus mangas son 3/4 dobladas hacia arriba externamente y con bordes de acuerdo al color que solicite el cliente. Al igual que los delantales, el diseño podrá ser personalizado y la bondad de este producto es la imagen que da al área del personal dando un concepto exclusivo a quien lo vea. Concluyendo que, por otra parte, la competencia fabrica los delantales con tela llamada lino Flex y sin forro que usualmente es utilizada para lencería de cocina, a la vista es de agrado, pero deja sin protección al portador del producto porque no es impermeable.

“Alana confecciones” ofrece calidad, elegancia y un precio asequible, es decir, los valores de estos productos serán de fácil adquisición para quien esté interesado, logrando la satisfacción de sus clientes y por ende la fidelidad de los mismos.

El servicio preventa consiste en ofrecer la producción del artículo de acuerdo a las necesidades y requerimientos del cliente, es decir, no solo promover o presentar modelos prediseñados sino, personalizados al consumidor buscando siempre destacar entre la competencia con productos de calidad y que impacten positivamente con la expansión de la marca.

En este sentido, en el desarrollo de la actividad económica a la que se dedica “Alana confecciones” ofrecerá a sus interesados el servicio postventa, que tiene como objeto otorgarle al cliente final garantía del producto en caso de tener alguna falla o desperfecto, realizando el cambio de un diseño ya vendido, en otras palabras, aceptando la devolución de la compra anterior y otorgándole un producto nuevo ya sea por un delantal o filipina, esto con el fin de ganar la entera credibilidad y fidelización del consumidor.

4 Análisis del mercado

4.1 Investigación de mercado

4.1.1 Fuentes de recolección de información

4.1.1.1 Fuentes primarias.

La fuente primaria que será útil para el desarrollo de los objetivos hace referencia a la información recolectada de primera mano a través de la población objeto de estudio que en este caso corresponde a los propietarios o administradores de los restaurantes ubicados en el barrio las Cuadras y barrio Centro a quienes se les aplicará una encuesta donde se determinará la aceptación, gustos y preferencias de la idea de negocio que se proyecta para el presente plan de negocio “Alana Confecciones”.

4.1.1.2 Fuentes secundarias.

Para las fuentes secundarias se acudirá a la información que existe en trabajos de grados y libros que aborden la teoría sobre plan de negocios y bases de datos de entidades como Cámara de Comercio.

4.1.1.3 Fuentes terciarias.

Las fuentes terciarias que se utilizarán en el transcurso de la investigación son las obtenidas por medio de páginas web que aborden temáticas relacionadas con el sector alimenticio, requerimientos del personal en cuanto a la inocuidad del alimento e información de los datos recopilados a través del correo electrónico por la cual se obtuvo respuesta del oficio enviado a la dirección sjuridico@ccpasto.org.co del departamento jurídico y de registros públicos de la Cámara de Comercio.

4.1.2 Población y muestra

4.1.2.1 Población.

La información adquirida se obtuvo a través de Cámara de comercio del departamento jurídico y de registros públicos en la cual se solicitó una base de datos de los restaurantes de la ubicación geográfica establecida que se encuentran ubicados en los sectores del barrio las Cuadras que inicia desde el recorrido en la calle 20 desde la carrera 27 hasta la carrera 32, y el barrio Centro comprendido desde la calle 15 hasta la calle 19 y desde la carrera 20 hasta la carrera 32 en la ciudad de San Juan de Pasto y que mediante el filtro realizado en el archivo Excel se obtuvo un total de 18 establecimientos de comercio dedicados a prestar servicios de comida que son la población materia de investigación. Por consiguiente, se adjunta evidencia de los sitios existentes en los sectores anteriormente mencionados:

Tabla 1

Base de datos cámara de comercio

BASE DE DATOS CÁMARA DE COMERCIO			
Departamento Jurídico y de Registros Públicos			
CII 18 N 28 - 84 Centro Pasto - Nariño			
Nº	MATRICULA	RAZON SOCIAL	BARRIO-COMERCIAL
1	158971	YI HUA CR	00606 - Centro
2	159002	RESTAURANTE LA ESPIGA AMERICAS	00606 - Centro
3	161211	RESTAURANTE MI PUEBLO PASTUSO	00606 - Centro
4	161301	CHANCHOLANDIA CLL 18	00606 - Centro
5	161720	CASA MADRIGAL HOTEL EVENTOS	00606 - Centro
6	161994	BROMELIA GOURMET SNACK AND BEER BY JY CENT	00606 - Centro
7	162872	PARRILLA AL HUMO	00119 - Las Cuadras
8	166944	EL RINCON DE LA AREPA Y EMPANADA	00606 - Centro
9	170325	LA CANASTA CALLE 17 PASTO	00606 - Centro
10	171359	RINCONCITO CALEÑO VE	00119 - Las Cuadras
11	171496	SAHOZ	00606 - Centro
12	174278	FRIDA RESTAURANTE	00119 - Las Cuadras
13	195760	RESTAURANTE WHOPPER KING SAS	00119 - Las Cuadras
14	215326	MASTER DRINKS & FOOD SAS	00119 - Las Cuadras
15	215358	CAFE BAR CAPITAN NIRVANA SAS	00606 - Centro
16	222802	GRUPO MERCANTIL ANDINO SAS	00119 - Las Cuadras
17	223620	LA CANASTA CENTRO SAS	00606 - Centro
18	223698	CANASTA LA 17 SAS	00606 - Centro

Nota. Para determinar la población se filtró la información por el barrio comercial.

4.1.2.2 Muestra.

Debido a que el total de los establecimientos de comercio son un número de 18 restaurantes como se menciona en el literal 4.1.2.1, podemos determinar que no se calcula muestra puesto que la población es reducida además de finita, por lo tanto se trabaja con el ciento por ciento de la población de modo que la tarea se desarrollará con un censo.

4.1.3 Técnicas e instrumentos de recolección.

La técnica o instrumento de recolección para el desarrollo de este plan de negocios es una encuesta y el formato es el siguiente: (Ver anexo A).

4.1.4 *Análisis e interpretación de la información.*

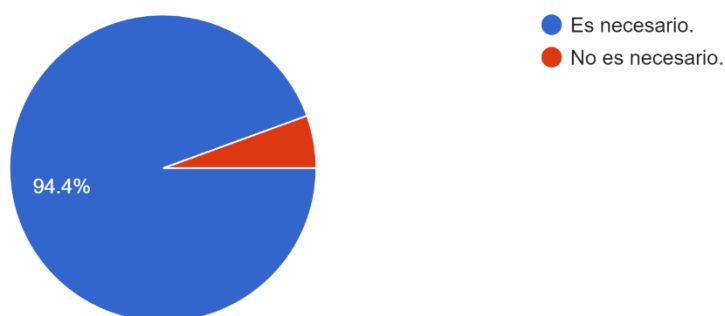
En la actividad realizada a través del modelo encuesta se obtuvieron los resultados que por consiguiente se enumerarán y analizarán respectivamente:

Figura 1

Uso del delantal en los puestos de trabajo

¿Considera usted necesario el uso del delantal en sus tareas dentro de su puesto de trabajo (restaurantes)?

18 respuestas



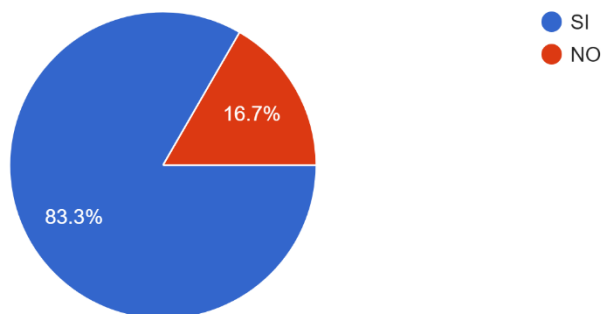
La figura muestra que, del total de los establecimientos encuestados, el 94.4% de la población objeto de estudio considera necesario el uso del delantal para sus actividades dentro de su puesto de trabajo, lo que permite confirmar un análisis significativo para el desarrollo de esta investigación puesto que se valida el interés del producto en el mercado reflejado en la mayoría.

Figura 2

Adquisición de delantales como dotación

¿Adquiere delantales para su personal de trabajo?

18 respuestas



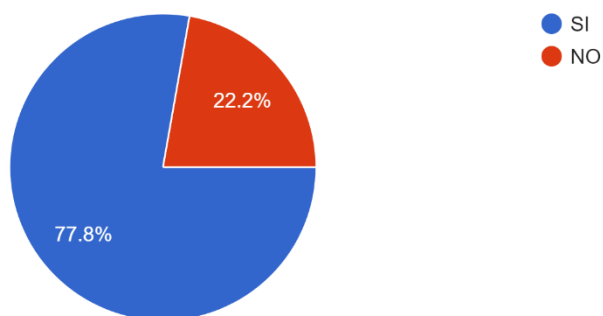
La figura ilustra que, los administradores de restaurantes encuestados si adquieren delantales como dotación para el personal de trabajo, por ende, se estima el éxito del proyecto en un 83,3%, por la cual se puede concluir que las adquisiciones de los productos serán positivos.

Figura 3

Adquisición de filipinas como dotación.

¿Adquiere filipinas para el personal de cocina (cheff)?

18 respuestas



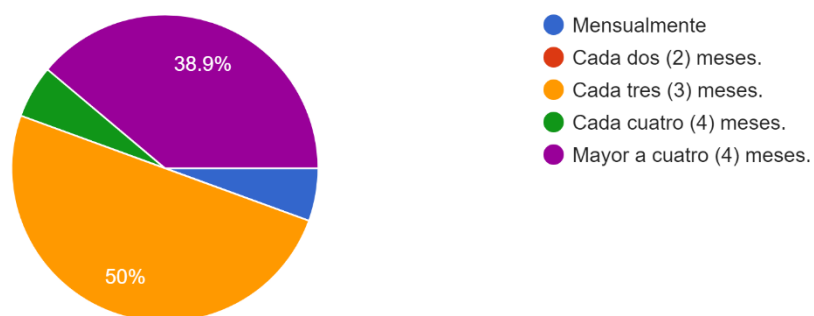
Según el grafico, se puede concluir que, del 100% de la muestra, un 77,8% de los encuestados sí dotan de filipinas a su personal de trabajo lo cual impacta de forma positiva debido a que la demanda del producto afectando el resultado de los ingresos a obtener.

Figura 4

Frecuencia en la compra de delantales.

¿Con que frecuencia compra delantales para sus actividades laborales?

18 respuestas



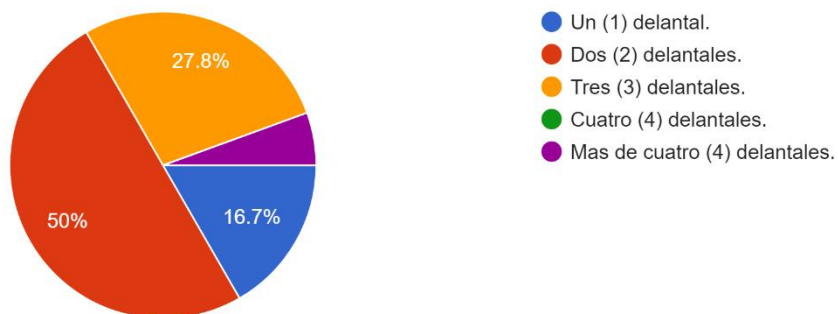
En el gráfico se evalúa la frecuencia con la que los diferentes establecimientos dotan a su personal de trabajo y que con las diferentes respuestas asociadas se pudo identificar la incidencia que tiene la demanda del producto en los interesados del mismo. Por consiguiente, se puede interpretar que es conveniente para el plan de negocio puesto que, aunque el 50% de los compradores adquieren los delantales cada tres meses, la otra mitad incurren del mismo modo en la compra del artículo mensualmente, cada dos meses y también en más de cuatro meses, pero no dejan de adquirir el producto.

Figura 5

Cantidad de delantales dotados al personal por cada compra.

¿Cuántos delantales entrega a su personal en cada dotación?

18 respuestas



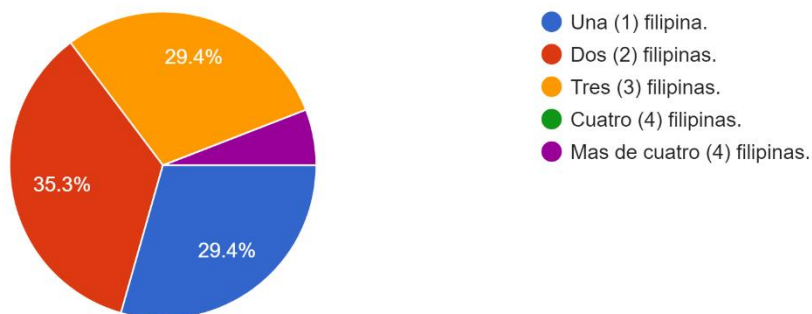
Del gráfico se puede interpretar lo siguiente: referente a la cantidad de delantales que adquieren en cada compra los encuestados, se manifestó que la mayoría siendo un 50% compran dos delantales con lo que se puede considerar que, la planeación del negocio será efectiva ya que las ventas son considerables y no es un número bajo que no permita el buen desarrollo de las ventas, además, el otro 50% compran entre cuatro delantales, tres delantales y un delantal lo que permite examinar que el negocio va en marcha.

Figura 6

Cantidad de filipinas para dotación al personal, por cada compra.

¿Cuántas filipinas entrega a su personal en cada dotación?

17 respuestas



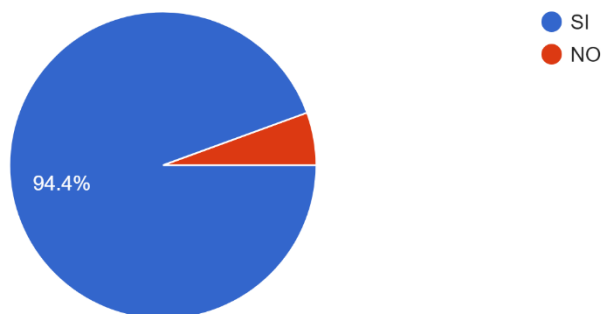
Consecuente al gráfico de la figura 5 la afectación del resultado con la factibilidad y viabilidad del plan de negocio es igualmente positiva ya que respecto a la cantidad de filipinas que adquiere la población objeto de estudio, la mayoría siendo un 35,3% compran dos filipinas, el porcentaje que le sigue mayorista con un 29,4% compran tres filipinas al igual que los que compran una filipina en cada orden de producción, en efecto sigue generando ventas razonables.

Figura 7

La población objeto de estudio califica la innovación del producto.

¿Considera innovadoras las filipinas para uso de su puesto de trabajo?

18 respuestas

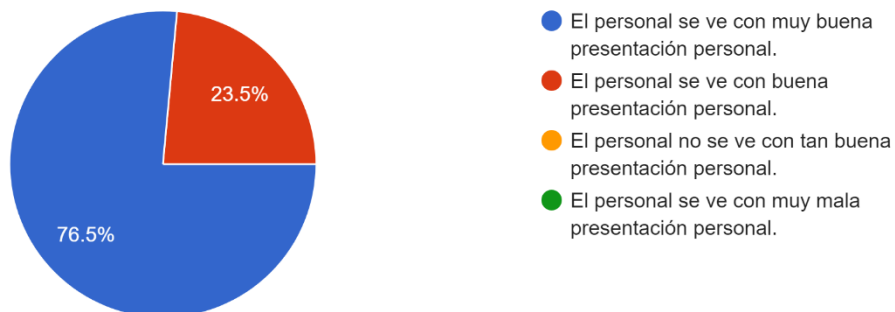


De acuerdo a esta grafica representativa, podemos observar que, del 100% de los encuestados siendo más del 90% quienes ven innovadora la propuesta, son los que inciden en la compra del producto y en ocasión se mide el impacto que tiene este proyecto en el mercado potencial.

Figura 8***La filipina como buena imagen y presentación personal.***

¿Considera usted que el producto “Filipinas” da una imagen presentable e higiénica en su puesto de trabajo?

17 respuestas

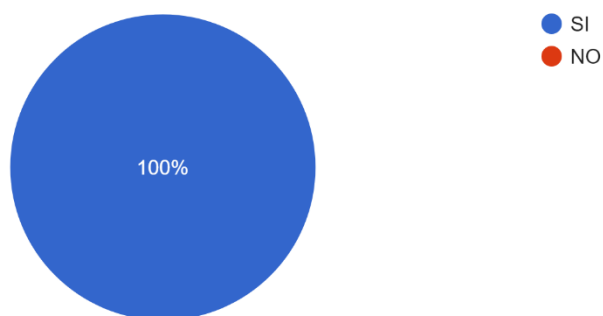


El gráfico referente nos indica que, respecto al producto “filipinas”, el 76,5% de los restaurantes opinan que el personal se ve con muy buena presentación personal y el sobrante con el 23,5% refiere que el personal se ve con buena presentación personal, y en las otras opciones de respuesta son irrelevantes. En otras palabras, se pudo concluir que el producto es de interés debido a la positividad de los comentarios.

Figura 9***Le gusta el producto.***

¿Le gustan los diseños de delantales que le ofrece "Alana confecciones"?

17 respuestas



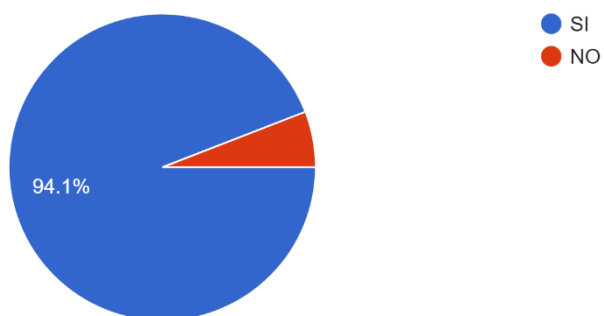
De acuerdo al grafico se puede concluir que el producto en cuestión tiene una buena aceptación por parte de los clientes potenciales de este proyecto.

Figura 10

Adquisición de nuestros delantales con la actividad ejecutada a través del modelo encuesta.

¿Adquiriría usted delantales de "Alana confecciones"?

17 respuestas



De acuerdo a la figura reflejada en este espacio deducimos que, el 94.1% del total de encuestados respondió positivamente de acuerdo a la adquisición del producto lo que permite

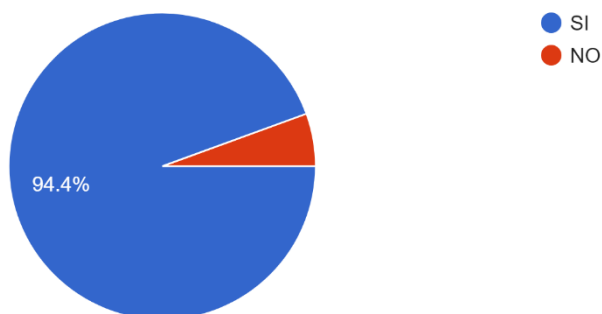
entender que el mercado objeto de la investigación muestra interés en el mismo, lo contrario del 5,9% que respondió, pero que por su irrelevancia debido a que no es cantidad, no afectaría en el estudio de este plan de negocio.

Figura 11

Nuestras filipinas y la adquisición de las mismas a los encuestados.

¿Adquiriría usted filipinas de "Alana confecciones"?

18 respuestas



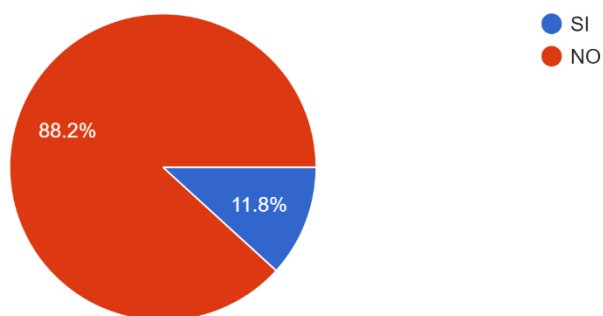
El gráfico nos muestra que, para el 94,4% de los encuestados si es de interés el producto puesto que los mismos los adquirirían, en vista a que la mayoría aporta a la encuesta una respuesta favorable aun cuando el 5,6% responde lo contrario sin afectar.

Figura 12

Modificaciones al producto.

¿Le cambiaría usted algo al producto?

17 respuestas



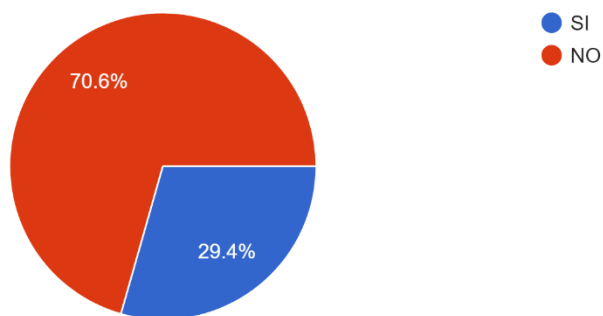
El gráfico nos ilustra que, el 88,2% de los encuestados NO harían cambios o realizarían modificación al producto puesto que se sobre entiende el gusto por los diseños que “Alana confecciones” ofrece, mientras que, el 11,8% restante si le cambiaría. De acuerdo con este análisis podemos incluir estrategias como; solicitar la opinión del cliente mediante una comunicación estrecha con el fin de lograr la entera satisfacción de los mismos.

Figura 13

Posibles modificaciones al producto.

¿Le añadiría usted algo al producto?

17 respuestas

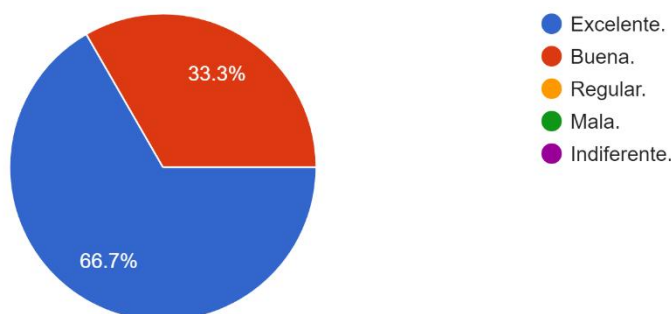


De acuerdo al análisis realizado por el gráfico presente, se observa que el 70,6% de los restaurantes NO le añadirían o modificarían al producto pues podemos deducir que los diseños que les ofrece “Alana confecciones” llenan sus expectativas, el otro 29,4% si le añadiría o modificaría al producto debido a que los clientes en muchos de los casos brindan instrucciones específicas o desean diseños exclusivos y personalizados de acuerdo a su criterio.

Figura 14

Calidad de telas.

Considera que la calidad de la tela anti-fluido es:
18 respuestas



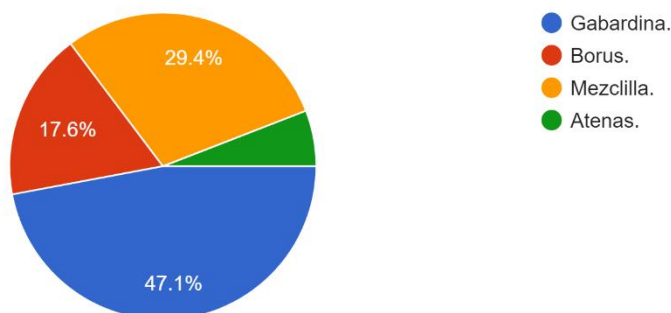
La figura nos muestra que, el 66,7% de los encuestados en calidad de clientes consideran que la tela anti – fluidos es un excelente material y el 33.3% considera que es buena. Sin duda se aprecia que cualesquiera de las dos respuestas son favorables puesto que nos indican puntos positivos en el trabajo y las otras opciones no tuvieron relevancia o importancia al momento de desarrollar la encuesta.

Figura 15

Tipos de tela para delantales.

¿Qué otro tipo de tela considera usted se debería elaborar el delantal?

17 respuestas



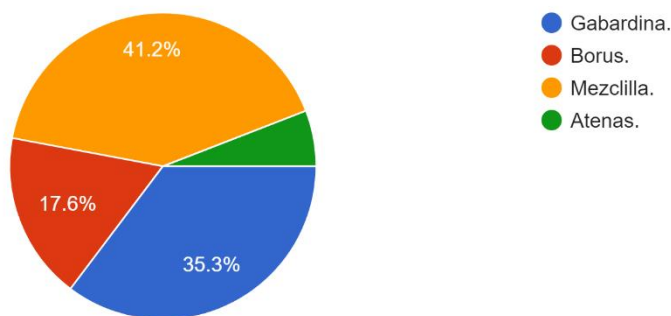
El gráfico nos muestra que, a parte de la tela anti- fluidos y lino Flex con la que “Alana Confecciones” diseña sus productos, en las posibles opciones de respuesta se ilustra otros tipos de telas con las que se puede trabajar y con relación a la opinión de los encuestados se concluye que, el 47,1% teniendo la mayor cantidad de respuestas considera que se puede elaborar los delantales con “Gabardina”, el 29,4% opina que la “Mezclilla” es una buena tela para trabajar, el 17,6% elige la tela “Borus” y el 5.9% elige la tela “Atenas”. Estas opiniones se aprecian y serán importantes a tener en cuenta a la hora de fabricar el producto y en la visión del desarrollo de este plan de negocio.

Figura 16

Tipos de telas para filipinas.

¿Qué otro tipo de tela considera usted se debería elaborar la filipina?

17 respuestas



De acuerdo a la figura 14 anterior, en comparación a esta, las repuestas cobran otro sentido, ya que hablamos de las “filipinas” y también se pueden fabricar las mismas con las telas que se mencionan en los diferentes tipos de respuesta. En este caso, el 41,2% teniendo la mayor cantidad de respuestas considera que se puede elaborar las filipinas con “Mezclilla”, el 35,3% opina que la “Gabardina” es una buena tela para trabajar, el 17,6% elige la tela “Borus” y el 5.9% elije la tela “Atenas”. Estas opiniones del mismo modo serán tenidas en cuenta para el crecimiento de este proyecto.

Figura 17

Personalización de delantales.

¿Personalizaría usted su delantal?

18 respuestas



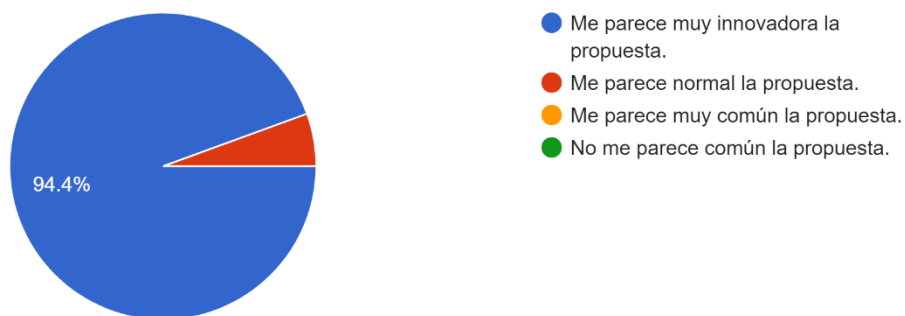
A través del gráfico deducimos que, el 83,3% de los administradores encuestados de los establecimientos de comercio SI personalizarían sus delantales y el 16,7% responde que, tal vez personalizarían sus delantales. En cualquiera de las respuestas concertamos que los interesados buscan que, “Alana confecciones” como proveedor tenga en cuenta su opinión a la hora de fabricar el producto.

Figura 18

Innovación en producto

¿Considera innovadora la personalización de su delantal?

18 respuestas



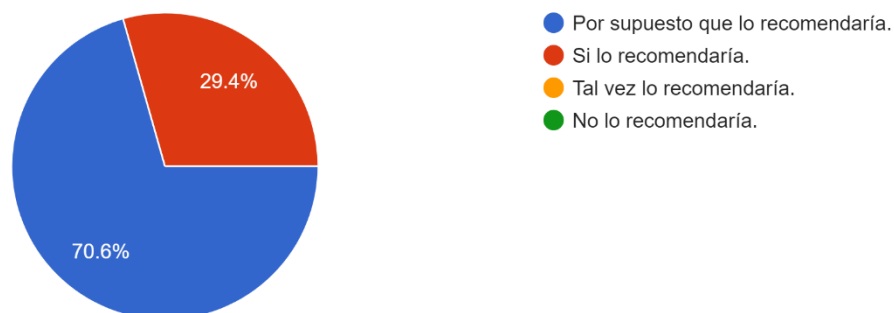
De acuerdo a la ilustración que indica la figura, el 94,4% de los encuestados responden que, les parece muy innovadora la propuesta de personalizar sus delantales, mientras que el 5,6% considera que es una propuesta normal. Podemos mencionar que la propuesta innovadora referente a la personalización del delantal si ofrece buenas expectativas del producto ya que las demás opciones de respuestas que no eran positivas no muestran margen de relevancia.

Figura 19

Voz a Voz de “Alana confecciones”.

¿Recomendaría usted el producto que ofrece “Alana confecciones”?

17 respuestas

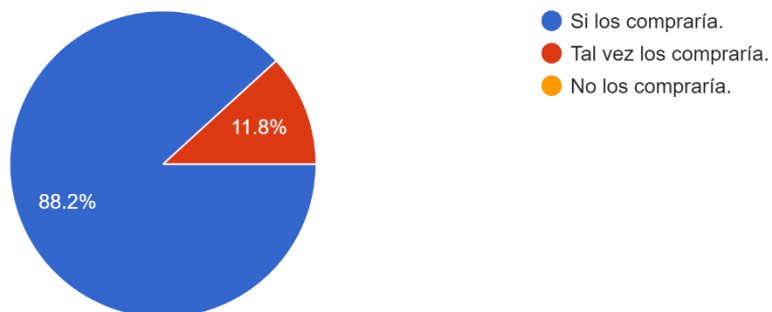


La grafica muestra que, el 70,6% de los encuestados dicen que, por supuesto recomendarían los productos que “Alana confecciones” ofrece y el 29,4% restante si lo recomendaría. Con se puede considerar que la voz a voz puede ampliar las ventas de este negocio debido a que se conocería a la misma y el producto que ofrece.

Figura 20***Promociones por la compra de delantales y filipinas.***

Si "Alana confecciones" le ofrece promociones por la compra de delantales y filipinas, ¿Los compraría?

17 respuestas

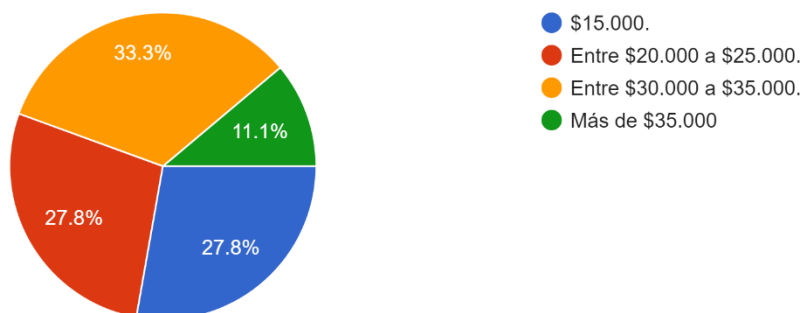


La figura muestra que, del total de los encuestados el 88,2% si compraría delantales y filipinas por posibles promociones que ofrezca "Alana confecciones", mientras que el 11,8% mantiene la posibilidad abierta en hacerlo. Teniendo en cuenta lo anterior, ninguna de las respuestas niega la posibilidad de adquirir alguno de los productos que fabricamos.

Figura 21***Precio de venta para los delantales.***

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un delantal?

18 respuestas



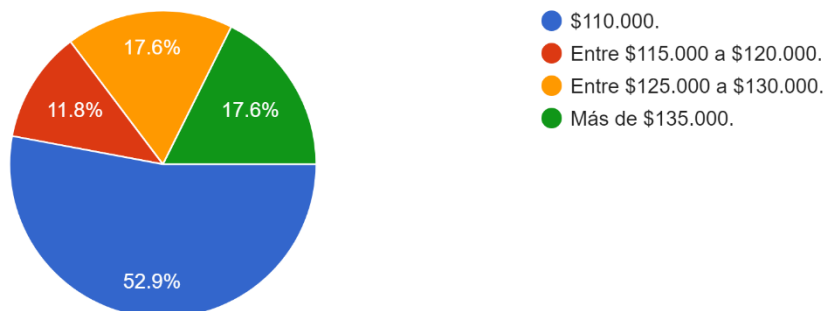
De acuerdo al gráfico se podrá deducir la siguiente información: el 33,3% de los encuestados siendo su mayoría estarían dispuestos a pagar por un delantal el valor de \$30.000 a \$35.000, siendo un valor apreciable en comparación al valor en que se vende de momento, por consiguiente, el 27,8% pagaría entre, \$20.000 a \$25.000, mientras que el otro 27,8% estarían dispuestos a valorar el delantal por \$15.000 y el 11,1% estarían dispuesto a cancelar más de \$35.000 por la adquisición de un (1) delantal. Esto nos permite entender que los restaurantes de la ciudad de San Juan de Pasto valoran razonablemente el valor y precio que se estipula en el producto.

Figura 22

Precio de venta para las filipinas.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una filipina?

17 respuestas



Contrario a la Figura 21, respecto a las filipinas el comportamiento de los clientes encuestados nos permite apreciar que, el 52,9% de los mismos están dispuestos a pagar por las filipinas hasta el valor de \$110.000, el 17,6% estarían dispuestos a valorar el producto entre \$125.000 a \$130.000, el otro 17,6% pagarían más de \$135.000 y el 11,8% como porcentaje más bajo pagarían entre \$115.000 a \$120.000. Con la información recolectada, podemos ultimar que, del 100% de la población encuesta y materia de estudio se muestra interesada en las “Filipinas” y pagarían los valores que razonablemente se han establecido de acuerdo a su capacidad de pago e interés por adquirir productos de calidad.

4.2 Análisis de la demanda.

4.2.1 Identificación de las características de la demanda.

En medio del desarrollo del trabajo se identificó que, dentro de las características de la demanda la población interesada fue una cantidad razonable que permitirá la viabilidad y factibilidad del producto en el mercado, ya que dentro de los aspectos más relevantes se confirmó que a los restaurantes si les interesó el producto haciendo referencia a los delantales y a las filipinas que el plan de negocio “Alana confecciones” ofrece. Así mismo, se confirmó que los

restaurantes ubicados en los sectores las cuadras y centro han realizado compras a fines a la actividad económica de la empresa, puesto que realizan compras para la dotación de su personal considerando que es la demanda potencial. También se pudo identificar en el análisis de la encuesta que la cantidad de delantales que adquieren los interesados para la dotación del personal oscila en una cantidad del 50% equivalente a 2 delantales por cada dotación y el 27,8% corresponde a tres delantales y para las Filipinas respecto a la cantidad de compra se evidenció que el 35,3% adquieren dos filipinas y el 29,4% adquieren filipinas. De igual modo la población objetiva manifestó su apreciación hacia las telas que “Alana confecciones” ofrece para la fabricación del producto terminado y recomendaron otros tipos de tela como; Gabardina, Borus, Mezclilla y Atenas lo cual logrará la satisfacción de los clientes por tener en cuenta sus apreciaciones y/o recomendaciones. Por otro lado dentro de la compra de los productos se evidenció que las poblaciones identificadas además de ser clientes directos mostraron interés por el mismo ya que en medio de las figuras ilustrativas se indica que los establecimientos de comercio recomendarían el producto por el voz a voz, es decir, el producto puede llegar a manos de no solo la población identificada para la respectiva muestra sino también a otros restaurantes dedicados a la misma actividad económica pero en otros sectores bien sea dentro de la zona urbana, fuera de ella, local, municipal y por qué no, departamental y como consecuencia permitiría el progreso y buen desarrollo de la efectividad de este plan de negocio.

4.2.2 Cálculo y proyección de la demanda.

Tabla 2

Cálculo y proyección de la demanda para delantales.

CÁLCULO Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA PARA DELANTALES		
Número de restaurantes generalizados	Porcentaje de la población que si compra delantales (Figura 2)	Número total de establecimientos que si adquieren delantales
2.240	83,3%	1.866

Nota. Generalización de población objeto de estudio frente a la muestra total de restaurantes ubicados en la ciudad de San Juan de Pasto.

Se calculó y proyectó la demanda de acuerdo a los resultados obtenidos a través de la aplicación de instrumentos de recolección de información de la muestra y se extrapoló la población general objeto de estudio, el cual da un total de 2.240 restaurantes ubicados en la ciudad de San Juan de Pasto para el año 2022 acuerdo a la base de datos entregada por la cámara de comercio del departamento jurídico y de registros públicos.

Tabla 3

Frecuencia de compra para delantales.

FRECUENCIA DE COMPRA DELANTALES					
Número de establecimientos generalizados	Porcentaje frecuencia de compra (Figura 4)	Total de establecimientos	Frecuencia de compra	Periodicidad en el año	Total frecuencia de compra delantales
1.866	50%	933	Trimestre	4	3.732
1.866	38,9%	726	Semestre	2	1.452
1.866	5,5%	103	Cuatrimestre	3	308
1.866	5,5%	103	Mensual	12	1.232
TOTAL					6.723

Frecuencia de compra para delantales.

Nota. Aplicación de la frecuencia de compra para delantales.

De acuerdo a la tabla 3 del presente trabajo se indica la frecuencia de compra a través de la participación de los diferentes tipos de respuestas resultado de la encuesta donde el total de establecimientos son el efecto del número de restaurantes generalizados por el porcentaje de la frecuencia de compra que ilustra la figura 4 del presente plan de negocio y el total de la frecuencia de compra es la consecuencia del total de establecimientos por la periodicidad en el año.

Tabla 4

Cantidad de compra para delantales

CANTIDAD DE COMPRA DELANTALES			
<i>Número de establecimientos generalizados</i>	<i>Porcentaje cantidad de compra delantales (Figura 5)</i>	<i>Cantidad de delantales según frecuencia de compra</i>	<i>Total cantidad de compra delantales</i>
1.866	50,0%	2	1.866
1.866	27,8%	3	1.556
1.866	16,7%	1	312
1.866	5,5%	4	411
TOTAL			4.144

Nota. Resultado de cantidad de compra.

La totalidad de la cantidad de compra por el producto de los delantales son el resultado de multiplicar los conceptos por número de establecimientos generales, porcentaje de la cantidad de compra de delantales muestreados en la figura 5 del presente trabajo y por la cantidad efecto de cada compra.

Tabla 5

Proyección anual delantales.

PROYECCIÓN ANUAL DE DEMANDA DELANTALES - ICP			
Año	Cantidad de manda	Índice de crecimiento poblacional (ICP)	Proyección anual demanda de delantales
2023	10.867	0,01	10.976
2024	10.867	0,01	11.086
2025	10.867	0,01	11.197
2026	10.867	0,01	11.309
2027	10.867	0,01	11.422
2028	10.867	0,01	11.536

Nota. Cantidad de manda y aplicación del indicador ICP.

La tabla 5 mide la variación del cambio en el consumo de los delantales de un periodo con respecto a otro a través de la proyección anual de la cantidad demandada que corresponde a 10.867 delantales, resultado obtenido por la sumatoria de la frecuencia de compra y cantidad de compra y en consecuencia se aplicó el índice de crecimiento poblacional (ICP) del 1% anual sobre los años comprendidos entre los periodos 2023 a 2028 según (DANE - ICP información técnica, 2023).

Tabla 6

Cálculo y proyección de la demanda para filipinas.

CÁLCULO Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA PARA FILIPINAS		
Número de restaurantes generalizados	Porcentaje de la población que si compra filipinas (Figura 3)	Número total de establecimientos que si adquieren filipinas
2.240	77,8%	1.743

Nota. Generalización de población objeto de estudio frente a la muestra total de restaurantes ubicados en la ciudad de San Juan de Pasto.

Se calculó y proyectó la demanda de las filipinas de acuerdo a los resultados obtenidos a través de la aplicación de instrumentos de recolección de información de la muestra y se extrapoló la población general objeto de estudio, el cual da un total de 2.240 restaurantes ubicados en la ciudad de San Juan de Pasto para el año 2022 acuerdo a la base de datos entregada por la cámara de comercio del departamento jurídico y de registros públicos.

Tabla 7

Frecuencia de compra para filipinas.

FRECUENCIA DE COMPRA FILIPINAS					
Numero de Establecimientos generalizados	Porcentaje frecuencia de compra (Figura 4)	Total establecimientos	Frecuencia de compra	Periodicidad en el año	Total frecuencia de compra Filipinas
1.743	50%	872	Trimestre	4	3.486
1.743	38,9%	678	Semestre	2	1.356
1.743	5,5%	96	Cuatrimestre	3	288
1.743	5,5%	96	Mensual	12	1.150
TOTAL					6.280

Nota. Aplicación de la frecuencia de compra para las filipinas.

De acuerdo a la tabla 7 del presente trabajo se indica la frecuencia de compra a través de la participación de los diferentes tipos de respuestas resultado de la encuesta donde el total de establecimientos son el efecto del número de restaurantes generalizados por el porcentaje de la frecuencia de compra ilustrado con anterioridad en la figura 4 y el total de la frecuencia de compra para las filipinas son la consecuencia del total de establecimientos por la periodicidad en el año.

Tabla 8

Cantidad de compra para filipinas.

CANTIDAD DE COMPRA FILIPINAS			
<i>Número de establecimientos generalizados</i>	<i>Porcentaje cantidad de compra Filipinas (Figura 6)</i>	<i>Cantidad de filipinas según frecuencia de compra</i>	<i>Total cantidad de compra Filipinas</i>
1.743	35,3%	2	1.231
1.743	29,4%	3	1.537
1.743	29,4%	1	512
1.743	5,9%	4	411
TOTAL			3.692

Nota. Resultado de cantidad de compra de las filipinas.

La totalidad de la cantidad de compra por el producto de las filipinas son el resultado de multiplicar los conceptos por el número de establecimientos generales, porcentaje de la cantidad de compra de filipinas que indica la figura 6 del proyecto y por la cantidad efecto de cada compra.

Tabla 9

Proyección anual filipinas.

PROYECCIÓN ANUAL DE DEMANDA FILIPINAS - ICP			
Año	Cantidad de manda	Índice de crecimiento poblacional (ICP)	Proyección anual de manda de Filipinas
2023	9.972	0,01	10.071
2024	9.972	0,01	10.172
2025	9.972	0,01	10.274
2026	9.972	0,01	10.377
2027	9.972	0,01	10.480
2028	9.972	0,01	10.585

Nota. Cantidad demanda y aplicación del indicador ICP.

La tabla 9 mide la variación del cambio en el consumo de las filipinas de un periodo con respecto a otro a través de la proyección anual de la cantidad demandada que corresponde a 9.972 filipinas, resultado obtenido por la sumatoria de la frecuencia de compra y cantidad de

compra y por consiguiente se aplicó el índice de crecimiento poblacional (ICP) del 1% anual sobre los años comprendidos entre los periodos 2023 a 2028 según (DANE - ICP información técnica, 2023)

4.3 Análisis de la competencia.

4.3.1 *Identificación de las características de la oferta.*

Frente a la competencia de los demás fabricantes de delantales que existen en la ciudad de San Juan de Pasto, se identificaron diferentes características que inciden de forma directa ya que puede afectar de algún modo las ventas o el resultado de las ventas de los productos del plan de negocio para la empresa “Alana confecciones”. Una de ellas, trata del tiempo de permanencia que muchos fabricantes de delantales se encuentran en el mercado, en vista de que les da ventaja respecto al número de clientes que le conocen y que sean fijos. Por otro lado, un punto importante identificado consiste en que las ventas que realizan no son por órdenes específicas sino por procesos que corresponde a un número más razonable en cuanto a la fabricación de los mismo y permita que la materia prima de acuerdo al número de delantales a fabricar sea más económica trayendo como consecuencia la facilidad de adquisición de los elementos importantes del costo y el diseño del producto final para ofrecerlo al público. Adicional a ello, las empresas ubicadas en el centro que se dedican a la misma actividad económica de la investigación y que son consideradas competencia ya tienen un establecimiento de comercio ubicado dentro de las zonas estratégicas de la ciudad de San Juan de Pasto y no hay ventas externas porque tienen establecido un lugar propio en donde realizar sus diferentes actividades. Otro aspecto relevante a destacar sobre la competencia, es que los diseños de delantales los fabrican más pequeños con el fin de venderlos más económicos y se percibieron modelos muy básicos.

4.3.2 Cálculo y proyección de la oferta.

Tabla 10

Cálculo y proyección de la oferta 2022.

CÁLCULO Y PROYECCIÓN DE OFERTA 2022		
Número de ventas por día / Oferta		5
<i>Detalle</i>	<i>Periodicidad</i>	<i>Total de ventas agrupado por diferentes calendarios</i>
Semana	4	20
Mes	26	104
Año	12	1.248
Total ventas en el año 2022		1.372

Nota. Datos de ventas semanales, mensuales y anuales del periodo 2022.

Para el cálculo y la proyección de la oferta se obtuvo información relacionada por una de las empresas consideradas competencia de la ciudad de San Juan de Pasto la cual sirvió para la aplicación y el desarrollo del total de las ventas diarias en diferentes calendarios como; semanales, mensuales y anuales del año 2022.

Tabla 11

Proyección anual oferta.

PROYECCIÓN ANUAL DE LA OFERTA - ICP			
Año	Cantidad oferta	Índice de crecimiento poblacional (ICP)	Proyección anual oferta
2023	1.372	0,01	1.386
2024	1.372	0,01	1.400
2025	1.372	0,01	1.414
2026	1.372	0,01	1.428
2027	1.372	0,01	1.442
2028	1.372	0,01	1.456

Nota. Aplicación del indicador “Índice de crecimiento poblacional” (ICP).

Para la proyección anual comprendidos entre el año 2023 a 2028 de la oferta de 1.372 cantidades se utilizó el porcentaje de aplicación anual del índice de crecimiento poblacional el cual está dado por el 1% según la consulta realizada el día 17 de octubre de 2023 a través del boletín informativo (DANE - ICP información técnica, 2023) por el cual se obtuvieron los resultados ilustrados en la tabla 11 y por consiguiente se pudo comparar la proyección de la demanda frente a la oferta.

4.4 Determinación del mercado insatisfecho.

Tabla 12

Mercado insatisfecho delantales.

DETERMINACION DEL MERCADO INSATISFECHO DELANTALES			
Año	Proyección anual demanda de delantales	Proyección anual oferta	Total mercado insatisfecho delantales
2023	12.062	1.395	10.666
2024	13.387	1.419	11.968
2025	14.859	1.443	13.415
2026	16.492	1.468	15.024
2027	18.304	1.493	16.811
2028	20.316	1.518	18.798
TOTAL			86.683

Nota. En la respectiva tabla se ilustra el resultado de la demanda respecto a la oferta de los delantales.

Para determinar el total del mercado insatisfecho se calculó la proyección anual de la demanda de los delantales menos la proyección anual de la oferta desde el presente año 2023 hasta el año 2028 donde se identificó que el producto “delantales” del plan de negocio “Alana confecciones” tendrá gran cantidad de demanda y por consecuencia producción del artículo en el año en curso y los próximos cinco años. La totalidad del mercado insatisfecho para los delantales

será el foco principal por el cual se buscará cumplir con todos los requerimientos y enfocar las ventas en los sectores identificados a través de una descripción del artículo dada en la ficha técnica con el fin de concientizar que el producto es de importancia y es necesario.

Tabla 13

Mercado insatisfecho filipinas.

DETERMINACION DEL MERCADO INSATISFECHO FILIPINAS			
Año	Proyección anual demanda de filipinas	Proyección anual oferta	Total mercado insatisfecho filipinas
2023	11.068	1.395	9.672
2024	12.284	1.419	10.865
2025	13.634	1.443	12.191
2026	15.132	1.468	13.665
2027	16.795	1.493	15.303
2028	18.641	1.518	17.123
TOTAL			78.818

Nota. En la tabla 13 se ilustra el resultado de la demanda respecto a la oferta de las filipinas.

Para determinar el total del mercado insatisfecho de las filipinas se calculó la proyección anual de la demanda menos la proyección anual de la oferta del año en curso 2023 hasta el año 2028. Respecto al resultado se determinó que el uniforme “filipinas” del plan de negocio “Alana confecciones” tendrá abundancia de órdenes de producción dado que es en gran cantidad la demanda frente a la oferta en el presente año y los próximos cinco años. La totalidad del mercado insatisfecho para las filipinas será de igual modo el foco principal por el cual se buscará cumplir con todos los requerimientos y centrar las ventas en los sectores de interés a través de

una descripción del artículo dada en la ficha técnica con el fin de mostrar la importancia del producto y relevancia del uso del mismo para las actividades que lo requieran.

4.5 Estrategias de mercadeo.

Las estrategias de mercadeo son parte fundamental para un resultado íntegro y positivo de la investigación. La implementación de las mismas busca que las actividades productivas se conviertan en un desempeño financiero y se pretende establecer las siguientes estrategias para lograr lo mencionado en inicio a través de las 4p:

- Promoción:
 - “Alana confecciones” les ofrece a sus clientes la posibilidad de llevar un delantal con un descuento del 30% por la compra de dos filipinas.
 - Por compras frecuentes dentro de un mes “Alana confecciones les brinda a sus clientes un obsequio que corresponde a un gorro de cocina.
 - Por la compra de una docena de delantales lleva otra totalmente gratis.
- Publicidad: “Alana confecciones dará a conocer el producto al mercado a través de medio como; redes sociales, volantes, mensajes de difusión y cuñas.
- Precio: Frente al precio de acuerdo a la demanda versus la oferta se fijará para los delantales de acuerdo al máximo porcentaje correspondiente al 33,3% como lo ilustra la figura 21 que esta entre \$30.000 a \$35.000 y para las filipinas los encuestados en un 52,9% como lo refleja la figura 22, mencionaron estarían dispuestos a pagar el valor de \$110.000 razón por la cual se ajustaría el precio fijado de esa manera mientras se precisa el desarrollo del estudio financiero en donde se dará de manera objetiva el precio final del producto para el consumidor.

- Plaza: El lugar se ubicará en un sitio estratégico donde precisen la existencia de restaurantes o sitios a fines que se interesen por el artículo como en un local comercial dentro del barrio las Cuadras. “Alana confecciones” buscará un diseño del local que sea visual al público y despierte la curiosidad de quien lo mire.

4.6 Presupuesto de la mezcla de mercadeo.

Tabla 14

Presupuesto plan de mercadeo

PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADERO			
DESCRIPCIÓN	Cantidad	Costo unitario	Costo total
PROMOCIÓN			
Descuentos delantales	10	\$ 10.500	\$ 105.000
Obsequio gorro cocina	12	\$ 13.000	\$ 156.000
Docena delantales / 1 gratis	12	\$ 35.000	\$ 420.000
PUBLICIDAD			
Redes sociales (Incluye FACEBOOK, INSTAGRAM y WHATSAPP)	3	\$ 35.000	\$ 105.000
Cuñas	5	\$ 40.000	\$ 200.000
Volantes	3 (x 1000)	\$ 72.000	\$ 216.000
Mensajes de difusión	20	\$ -	\$ -
PLAZA			
Bombas para lanzamiento	10	\$ 8.000	\$ 80.000
Perifoneo	3	\$ 45.000	\$ 135.000
Dulces	15	\$ 6.500	\$ 97.500
TOTAL			\$ 1.514.500

Nota. Presupuesto de la mezcla de mercadeo anual para las actividades a realizar dentro del periodo 2023.

La tabla 14 ilustra los conceptos en los que incurre el presupuesto de las actividades de marketing identificados para el año 2023 el cual se distribuye entre la promoción, la publicidad y la plaza.

5 Plan de operaciones

5.1 Ficha técnica.

Figura 23

Ficha técnica donde se contiene la descripción detallada del delantal.

MANUAL ROPA DE TRABAJO					
FICHA TÉCNICA DELANTAL					
NOMBRE DEL ELEMENTO	UNIFORME DE COCINA	CLIMA	FRIO	TEMPLADO	CALIENTE
CODIGO	1		X	X	X
		FACTORES DE RIESGO	NATURALES: MEDIO AMBIENTE		
CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS					
			DESCRIPCIÓN TÉCNICA		
			<p>ESTILO Con baño anti fluido Tela semi-impermeable COLORES: Los colores serán definidos por el cliente u entidad contratante. DISEÑO: Delantal con bolsillos en la parte frontal. ETIQUETADO: La etiqueta debiera estar internamente con la talla de la prenda, nombre del fabricante, contactos. COSTURAS: Reforzadas y fileteadas con puntada de seguridad.</p>		
<p>HÍLOS: Los hilos de las costuras y filetes deben ser del color del material principal. SOLIDEZ DEL COLOR AL LAVADO: Colores firmes.</p>					
<p>CONDICIONES DEL DISEÑO: Las prendas deben garantizar los máximos estándares de calidad en materiales, diseño y confección.</p>					
<p>CONDICIONES DE TALLAJE: Según el tallaje que maneje la empresa debe hacer prueba para cada uno de los usuarios y garantizar el manejo de tallas.</p>					
<p>LIMITACIONES DE USO: El patronaje presentado debe tener buena forma y una buena calidad.</p>					
<p>PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS: Las prendas deben ser bien presentadas, pulidas, limpias. Cada prenda se entrega en empaque individual.</p>					
<p>EQUIPOS: Maquina industrial o familiar, maquina fileteadora, mesa para cortar plancha.</p>					

Nota. Para crear el formulario se realizó una inspección de fabricación del producto de los delantales.

Figura 24

Ficha técnica donde se contiene la descripción detallada del producto “filipinas”.

MANUAL ROPA DE TRABAJO					
FICHA TÉCNICA FILIPINAS					
NOMBRE DEL ELEMENTO	UNIFORME DE COCINA	CLIMA	FRIO	TEMPLADO	CALIENTE
CODIGO	2		X	X	X
		FACTORES DE RIESGO	NATURALES: MEDIO AMBIENTE		
CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS					
			DESCRIPCIÓN TÉCNICA		
			<p>ESTÍLO CHAQUETA: Tipo filipina, largo a la cadera sin botones, con logos. SISTEMA DE CIERRE: Broches metálicos escondidos. CUELLO: Neru separado. MANGA: larga con doblez y bolsillo sobre manga izquierda para guardar termometro. MATERIALES: Gabardina, antifluidos Jean, lino, cesgo vena, botones. COLOR: Blanco, Negro. PANTALON: Liso bota recta con dos bolsillos laterales. CINTURA: Con resorte y cordón .</p>		
<p>COSTURAS: Reforzadas y fileteadas con puntada de seguridad. Las costuras deben estar excentas de fruncidos, torcidos o pliegues y suficientemente tensionadas. Costuras sin hilos sueltos y buenos remates y acabados. Largos de puntadas en un mismo tramo.</p>					
<p>DISEÑOS Y COLORES: A escoger, se presenta carta de materiales y colores. SOLIDEZ DEL COLOR AL LAVADO: Colores firmes. HÍLOS: los hilos de las costuras y filetes deben ser del color del material principal. MARQUILLAS: En la parte interna debe contener marquillas tejidas o impresas cosidas a la prenda en las que se indique nombre del confeccionista, composicion de materiales, instrucciones de cuidado y talla.</p>					
<p>CONDICIONES DEL DISEÑO: Las prendas deben garantizar los máximos estándares de calidad en materiales, diseño y confección.</p>					
<p>CONDICIONES DE TALLAJE: Según el tallaje que maneje la empresa debe hacer prueba para cada uno de los usuarios y garantizar el manejo de tallas.</p>					
<p>LIMITACIONES DE USO: El patronaje presentado debe tener buena horma y una buena calidad.</p>					
<p>PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS: Las prendas deben ser bien presentadas, pulidas, limpias. Cada prenda se entrega en empaque individual.</p>					
<p>EQUIPOS: Maquina industrial o familiar, maquina fileteadora, mesa para cortar plancha.</p>					

Nota. Para crear el formulario se realizó una inspección de fabricación del producto de las filipinas.

5.2 Localización e identificación del tamaño del negocio.

El plan de negocio “Alana confecciones” es una empresa de transformación, manufacturera la cual se localiza en un establecimiento comercial el cual está avalado por el plan de ordenamiento territorial (POT) que regula el tipo de establecimiento y permite a el proyecto operar en determinado sector según (Actualicese, 2018) y estará ubicado en la dirección calle 20 número 29 – 2 a 29 – 134 en la ciudad de San Juan de Pasto – Nariño.

Tabla 15

Tamaño del negocio.

TAMAÑO DEL NEGOCIO DELANTALES						
AÑO	Total mercado insatisfecho delantales	Porcentaje del mercado insatisfecho	CALENDARIO DE PRODUCCIÓN			
			DIARIO	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
2023	10.666	30%	6	31	123	3.200
2024	11.968	33%	8	38	152	3.950
2025	13.415	36%	9	46	186	4.830
2026	15.024	39%	11	56	225	5.859
2027	16.811	42%	14	68	272	7.061
2028	18.798	45%	16	81	325	8.459
TOTAL	86.683	225%	64	321	1.283	33.358

Nota. El tamaño es la cantidad que se va a producir durante el periodo 2023 y que se proyecta para los periodos comprendidos entre 2024 hasta 2028.

Con respecto a la identificación del tamaño del negocio se estima producir una cantidad diaria de los años comprendidos entre 2023 y 2028 de 64 delantales, en el mes 321 y en el año 1.283. Lo anterior se calculó de acuerdo al total de la demanda insatisfecha.

Tabla 16

Tamaño del negocio.

TAMAÑO DEL NEGOCIO FILIPINAS						
AÑO	Total mercado insatisfecho filipinas	Porcentaje del mercado insatisfecho	CALENDARIO DE PRODUCCIÓN			
			DIARIO	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
2023	8.686	30%	20	25	100	2.606
2024	8.773	33%	22	28	111	2.895
2025	8.860	36%	25	31	123	3.190
2026	8.949	39%	27	34	134	3.490
2027	9.038	42%	29	37	146	3.796
2028	9.129	45%	32	39	158	4.108
TOTAL	53.435	225%	154	193	772	20.084

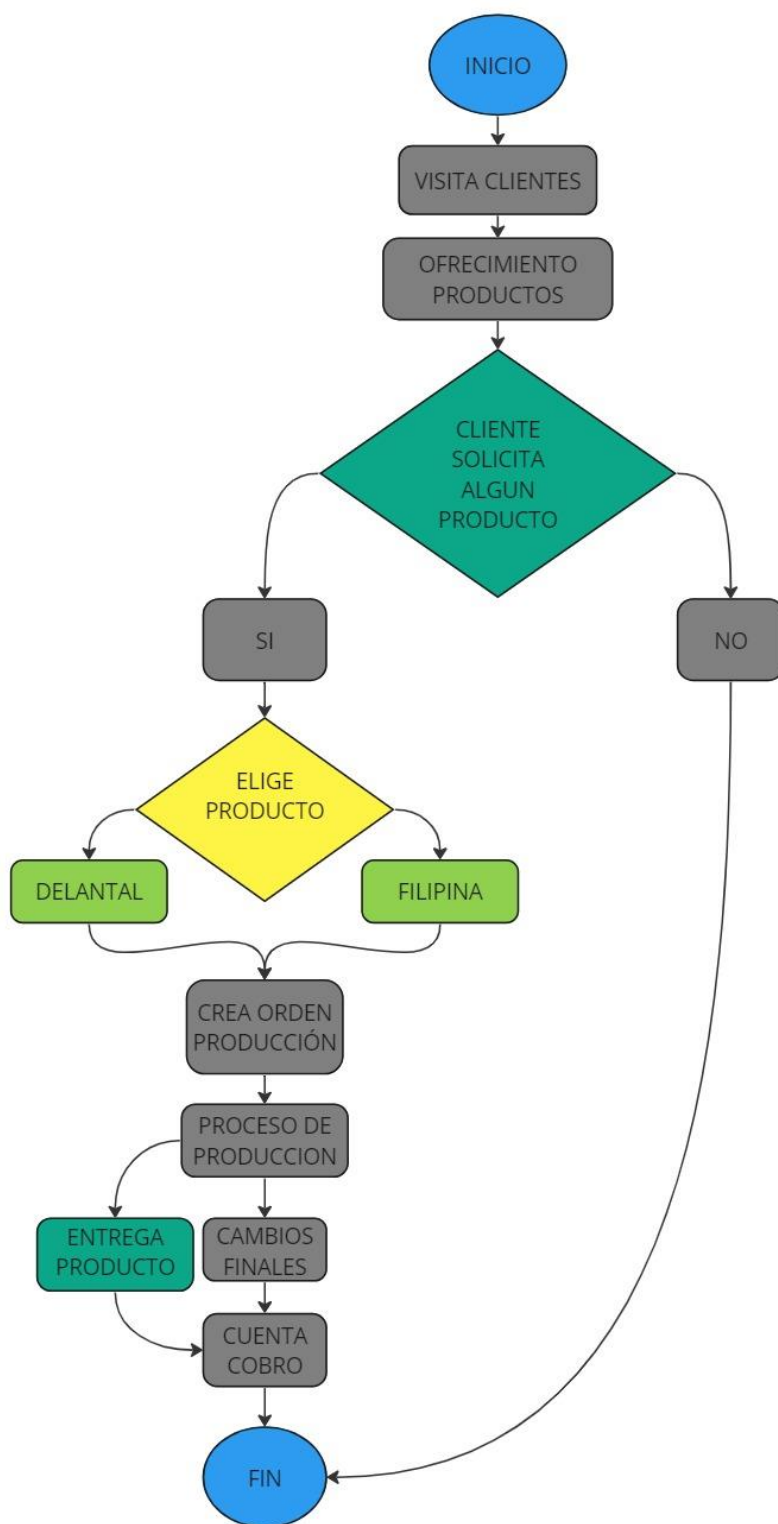
Nota. El tamaño es la cantidad que se va a producir durante el periodo 2023 y que se proyecta para los periodos comprendidos entre 2024 hasta 2028.

Con respecto a la identificación del tamaño del negocio se estima producir una cantidad diaria de los años comprendidos entre 2023 y 2028 de 154 filipinas, en el mes 193 y en el año 772. Lo anterior se calculó de acuerdo al total de la demanda insatisfecha.

5.3 Descripción de procesos de producción, ventas y servicios.

Figura 25

Diagrama de flujo de producción, ventas y servicios.

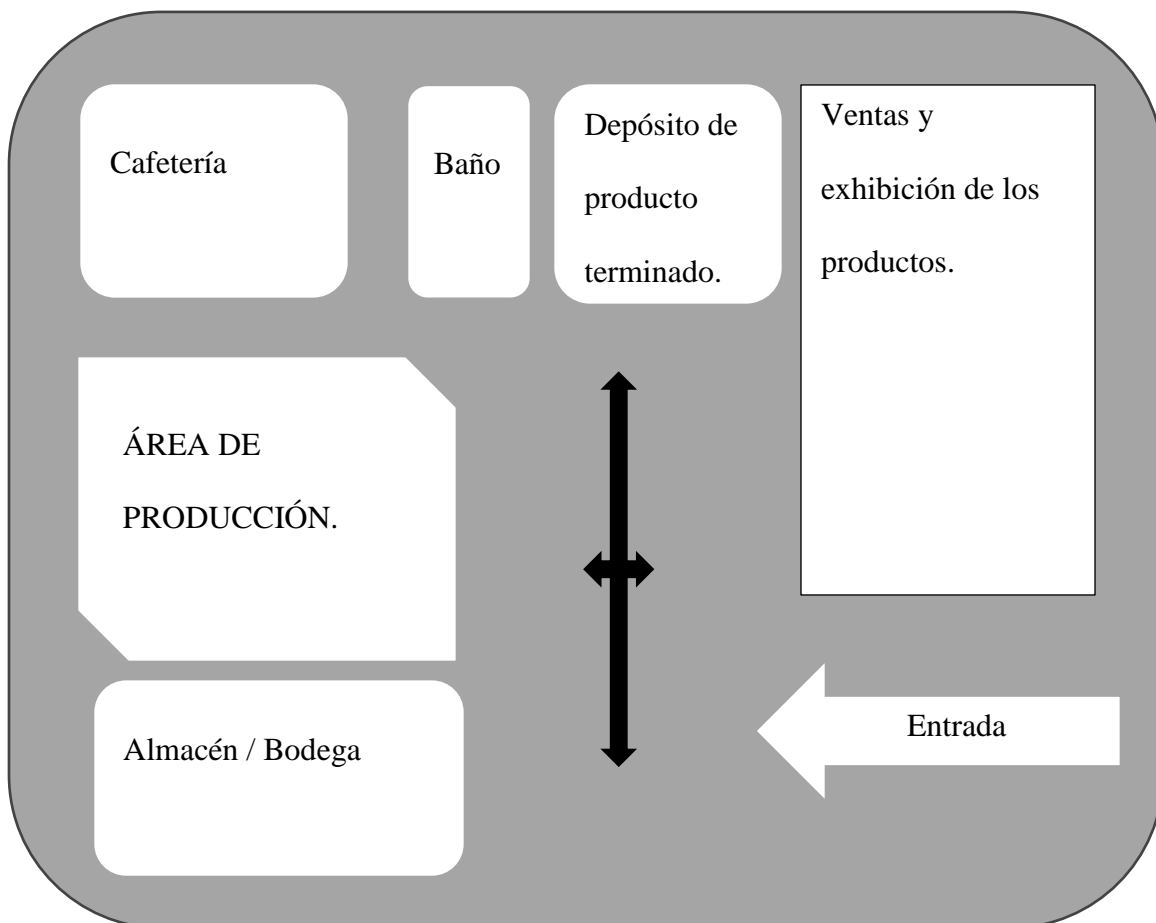


Nota. En la respectiva figura se describe en secuencias los procesos o actividades que realiza “Alana confecciones”.

5.4 Distribución física e ingeniería del proyecto.

Figura 26

Distribución física e ingeniería del proyecto.



Nota. En la siguiente imagen se ilustra la distribución de la zona física e ingeniería del proyecto.

5.5 Necesidades y requerimientos.

Tabla 17

Descripción de necesidades y requerimientos.

NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
EQUIPO DE OFICINA			
COMPUTADOR	1	\$ 2.100.000	\$ 2.100.000
CAJA	1	\$ 550.000	\$ 550.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			\$ 2.650.000
MAQUINARIA Y EQUIPO			
TIJERAS DE TELA	2	\$ 45.000	\$ 90.000
TIJERAS DE PAPEL	2	\$ 14.000	\$ 28.000
ALFILERES x 100	5	\$ 10.000	\$ 50.000
DESCOSADOR	2	\$ 15.000	\$ 30.000
CINTA METRICA	1	\$ 12.000	\$ 12.000
TIZAS PARA MARCAR x 10	2	\$ 14.000	\$ 28.000
IMPERDIBLES X 500	1	\$ 100.000	\$ 100.000
MINIPLANCHAS	1	\$ 250.000	\$ 250.000
PLANCHAS	1	\$ 50.000	\$ 50.000
MAQUINAS DE COSER	1	\$ 600.000	\$ 600.000
FILETEADORAS	1	\$ 700.000	\$ 700.000
AGUJAS PARA COSER A MANO X 30 UDS	1	\$ 10.000	\$ 10.000
AGUJAS PARA COSER A MAQUINA X 10 UDS	1	\$ 15.000	\$ 15.000
DEDAL	5	\$ 6.000	\$ 30.000
HILOS X 500 YARDAS	7	\$ 9.000	\$ 63.000
TELAS X MT ANTIFLUIDO	2	\$ 15.000	\$ 30.000
HILO INVISIBLE	3	\$ 5.000	\$ 15.000
PAPEL SEDA X 100 PCS	3	\$ 25.000	\$ 75.000
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			\$ 2.176.000
MUEBLES Y ENSERES			
MESA DE CORTE	1	\$ 550.000	\$ 550.000
MESA DE FILETEAR	1	\$ 400.000	\$ 400.000
SILLAS PARA MAQUINAS	4	\$ 60.000	\$ 240.000
ESCRITORIO	1	\$ 300.000	\$ 300.000
CAFETERA	1	\$ 150.000	\$ 150.000
SILLAS PLASTICAS	4	\$ 35.000	\$ 140.000
MESA PLASTICA	1	\$ 105.000	\$ 105.000
SILLA DE ESCRITORIO	1	\$ 250.000	\$ 250.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			\$ 2.135.000
TOTAL			\$ 6.961.000

Nota. La tabla 17 muestra las diferentes necesidades y requerimientos en las que el plan de negocio "Alana confecciones" incurre.

5.6 Plan de producción u operación.

Tabla 18

Plan de producción u operación para delantales.

PLAN DE PRODUCCIÓN PARA DELANTALES					
DETALLE		CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Tela según orden de pro	Mts	0,7	\$ 7.700	\$ 7.700
2	Hilo	Rollo	1	\$ 2.000	\$ 2.000
3	Cesgo	Mts	2	\$ 500	\$ 500
4	Forro	Mts	0,7	\$ 8.400	\$ 8.400
Total para la fabricacion de un delantal				\$ 18.600	\$ 18.600

Nota. En la tabla 18 ilustra los costos que se requieren para la fabricación de un solo delantal.

Tabla 19

Plan de producción u operación para filipinas.

PLAN DE PRODUCCIÓN PARA FILIPINAS					
DETALLE		CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Tela Dril según la orden de producción	Mts	2	\$ 22.000	\$ 22.000
2	Hilo	Rollo	3	\$ 2.000	\$ 2.000
3	Cesgo Vena	Mts	2	\$ 500	\$ 500
4	Botones	Und	10	\$ 600	\$ 600
Total para la fabricacion de un filipinas				\$ 25.100	\$ 25.100

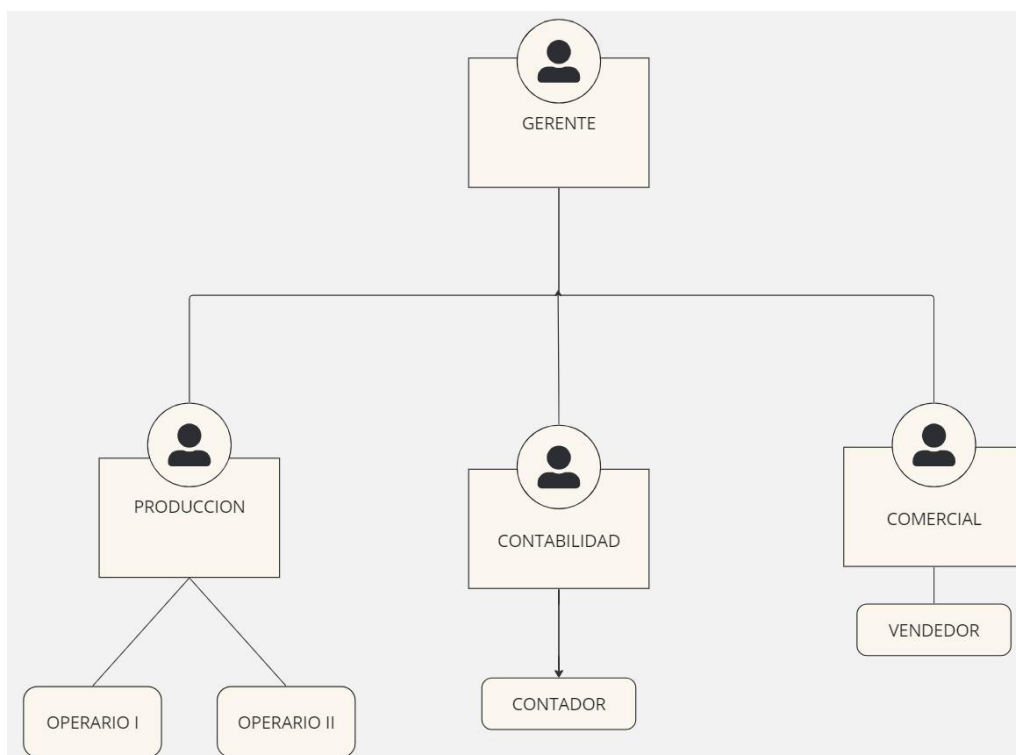
Nota. En la tabla 18 ilustra los costos en los que se incurre para la fabricación de una filipina.

6 Aspectos Organizacionales

6.1 Estructura Organizacional.

Figura 27

Estructura organizacional.



Nota. El gráfico ilustra el organigrama por el cual está conformada la empresa “Alana confecciones”.

6.2 Descripción de funciones.

La empresa “Alana Confecciones” inicialmente estará conformado por cinco colaboradores que serán ficha principal para la gestión indicada y progresiva de este plan de negocio, con el fin de garantizar que la organización de la empresa tenga una misión y visión

holística y clara del mismo, para ello se integrarán los siguientes colaboradores bajo la denominación de: un gerente, un contador, dos operarios y un vendedor. A continuación, se ilustrará las diferentes tablas de acuerdo a la función de los cargos mencionados con anterioridad.

Tabla 20

Manual de funciones y plan de trabajo del gerente.

MANUAL DE FUNCIONES EMPRESA ALANA CONFECCIONES		
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	CARGO	GERENTE
	N. DE CARGOS	1
	DEPENDENCIA	ADMINISTRATIVA
	JEFE INMEDIATO	NO APLICA
FUNCIONES DEL CARGO	<p>* Ser representante de la empresa frente a clientes, terceros y antes toda clase de autoridad de orden administrativo y jurídico entes de control o demás a fines al crecimiento y organización de la empresa.</p> <p>* Planificar, organizar y coordinar procesos y procedimientos para la gestión de las diferentes áreas de empresa brindando ideas con el propósito de optimizar el trabajo y beneficiando a sus colaboradores.</p> <p>* Contratar a quienes trabajen con nosotros, colaboradores responsables y óptimos que trabajen en equipo y busquen el bien para la organización.</p> <p>* Ejercer control sobre las distintas áreas de la organización verificando la adecuada gestión del cargo.</p> <p>* Cumplir con el reglamento interno de trabajo y las políticas de la empresa.</p>	
PERFIL DEL CARGO	ESTUDIOS	Título universitario en Economía, Administración de Empresas, Contaduría, Ingeniero Industrial o
	EXPERIENCIA	Mínimo un año de experiencia en el cargo.
	CONOCIMIENTOS	Conocimiento en manejo de software y Microsoft Office y preferiblemente especialización financiera.
	HABILIDADES Y COMPETENCIAS	Liderazgo, pensamiento crítico, creatividad, comunicación, autocontrol, capacidad de planificar, iniciativa, capacidad de negociación, intuición y trabajo en equipo.

Nota. La tabla 20 nos especifica la identificación del cargo, funciones y perfil que requiere el gerente administrativo dentro de la empresa "Alana confecciones".

Tabla 21

Manual de funciones y plan de trabajo del contador público.

MANUAL DE FUNCIONES		
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	CARGO	CONTADOR PÚBLICO
	N. DE CARGOS	1
	DEPENDENCIA	CONTABLE Y FINANCIERA
	JEFE INMEDIATO	GERENCIA
FUNCIONES DEL CARGO	<p>*Dar fe publica sobre los hechos economicos. *Dictaminar sobre la informacion financiera. *Realizar actividades relacionadas con el area contable, tributaria y costos. *Efectuar las conciliaciones bancarias. *Apoyo de cobranza en cartera. *Gestionar todas las transacciones contables. *Hacer provisiones presupuestarias. *Presentar estados financieros a tiempo. *Manejar cierres mensuales, trimestrales y anuales. *Conciliar cuentas por pagar y por cobrar. *Realizar pagos fijos a tiempo. *Calcular y preparar declaraciones de impuestos. *Hacer balances y estados financieros. *Brindar consultoría financiera y fiscal. *Realizar auditorías. *Hacer controles internos. *Cumplir con la normativa federal, estatal y municipal. *Mantenerse al día en cuanto a nuevas tecnologías contables y en reformas fiscales. *Garantizar la confidencialidad de los datos financieros y hacer copias de seguridad.</p>	
PERFIL DEL CARGO	ESTUDIOS	Título profesional en contaduría pública.
	EXPERIENCIA	Mínimo un año de experiencia en el cargo.
	CONOCIMIENTOS	Manejo de Software, constante actualizacion en normas.
	HABILIDADES Y COMPETENCIAS	<p>*Comprensión de los principios básicos de Contabilidad. *Competencias en programas informáticos de contabilidad. *Manejo de hojas de cálculo. *Fuertes habilidades de mecanografía, ortografía y redacción. *Gestión de tiempo. *Habilidades de comunicación verbal y escrita. *Habilidades interpersonales. *Capacidad para realizar múltiples tareas. *Motivación y deseos de aprender.</p>

Nota. La tabla 21 nos especifica la identificación del cargo, funciones y perfil que

requiere el contador público dentro de la empresa “Alana confecciones”.

Tabla 22

Manual de funciones y plan de trabajo de los operarios.

MANUAL DE FUNCIONES		
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	CARGO	OPERARIO
	N. DE CARGOS	2
	DEPENDENCIA	PRODUCCIÓN
	JEFE INMEDIATO	GERENTE Y CONTADOR PÚBLICO
FUNCIONES DEL CARGO	<ul style="list-style-type: none"> *Inspeccion y solicitud de requerimientos para el proceso productivo. * Ejecución de todo el proceso de producción de materiales y filpinas. *Optimizar las tareas de acuerdo a su importancia. *Recepcion y registro de material. *Elabora planillas de compra. *Llevar formatos de entregas y salidas de productos terminados. 	
PERFIL DEL CARGO	ESTUDIOS	Técnico o tecnólogo en confecciones, diplomados en textil y confecciones, diseñador@ de modas.
	EXPERIENCIA	Mínimo un año de experiencia relacionada en el cargo.
	CONOCIMIENTOS	<ul style="list-style-type: none"> *El funcionamiento de la máquina de coser. *El cambio de agujas e identificar cuándo es necesario hacerlo. *Enhebrar la aguja y ajustar la tensión de la máquina. *Elegir el tipo de aguja y el hilo más adecuado según el tipo de trabajo. *Realizar distintos tipos de costuras. *Utilizar patrones. *Identificar fallas típicas de una máquina de coser. *Hacer reparaciones sencillas de la máquina.
	HABILIDADES Y COMPETENCIAS	<ul style="list-style-type: none"> *Manejo de máquina de coser industrial. *Elaboración de patrones. *Manejo de diversos materiales como cuero, encaje, lino y seda. *Mantenimiento general de máquinas de coser. *Manejo de programas de oficina y sistema de citas. *Habilidades de comunicación. *Excelente servicio al cliente. *Habilidades organizativas. *Administración del tiempo. *Atención a los detalles.

Nota. La tabla 22 nos especifica la identificación del cargo, funciones y perfil que requieren los operarios dentro de la empresa “Alana confecciones”.

Tabla 23

Manual de funciones y plan de trabajo del vendedor.

MANUAL DE FUNCIONES		
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	CARGO	VENDEDOR
	N. DE CARGOS	1
	DEPENDENCIA	COMERCIAL
	JEFE INMEDIATO	GERENTE Y CONTADOR PÚBLICO
FUNCIONES DEL CARGO	<ul style="list-style-type: none"> *Ejecutar planes de comercialización y mercadeo. *Brindar la asesoría adecuada a los clientes. *Facilitar soluciones acerca de los reclamos o sugerencias que se presenten. *Buscar nuevas oportunidades de ventas y crear estrategias de promocionar productos. 	
PERFIL DEL CARGO	ESTUDIOS	Técnico o tecnólogo en mercadeo o ciencias afines
	EXPERIENCIA	Mínimo un año de experiencia certificada.
	CONOCIMIENTOS	Conocimiento en el sector, conocimiento en los clientes potenciales.
	HABILIDADES Y COMPETENCIAS	<ul style="list-style-type: none"> *Responsable. *Honesto. *Capacidad de escucha y de innovación. *Dotes de comunicación. *Seguridad en tu servicio o producto. *Honradez en la gestión de tus ventas. *Paciencia para ser un buen vendedor. *Creatividad para cumplir con las metas. *Motivación y actitud positiva.

Nota. La tabla 23 nos especifica la identificación del cargo, funciones y perfil que requiere el vendedor dentro de la empresa “Alana confecciones”.

6.3 Normatividad.

Como se define en la normatividad colombiana, las organizaciones se encuentran en la obligación de elaborar y adoptar un reglamento interno de trabajo y orden del establecimiento. Sin embargo, cabe resaltar que en el artículo 104 del código sustantivo del trabajo menciona: “Reglamento de trabajo es el conjunto de normas que determinan las condiciones a que deben sujetarse el {empleador} y sus trabajadores en la prestación del servicio” (Avance Juridico Casa Editorial Ltda., 2024). Así mismo, el artículo 105, dice: “1. Está obligado a tener un reglamento de trabajo todo {empleador} que ocupe más de cinco (5) trabajadores de carácter permanente en empresas comerciales, o más de diez (10) en empresas industriales, o más de veinte (20) en empresas agrícolas, ganaderas o forestales.

2. En empresas mixtas, la obligación de tener un reglamento de trabajo existe cuando el {empleador} ocupe más de diez (10) trabajadores. (Avance Juridico Casa Editorial Ltda., 2024).

Bajo estas circunstancias, la empresa no esta obligada a elaborar un reglamento interno de trabajo, por ende, tendrá en cuenta la implementación de normas de salubridad y una adecuada utilización de los elementos de protección.

6.3.1 Normatividad empresarial.

Nombre o razón social de la empresa: Alana Confecciones S.A.S.

Actividad Económica: Preparación, hilatura, tejeduría y acabado de productos textiles.

Tipo de sociedad: Sociedad por acciones simplificadas.

Descripción: Se constituye y legaliza la empresa bajo una sociedad por acciones simplificadas de acuerdo con la ley 1258 de 2008. (Ley 1258 de 2008 - Gestor Normativo, s.f.).

Se realiza mediante documento privado e inscrito en la cámara de comercio de la ciudad de Pasto y autenticado en notaria por sus accionistas de ser necesario.

Esta sociedad se constituye con un mínimo de 1 persona natural o jurídica, la cual es responsable hasta el total del monto de sus aportes, la duración de esta sociedad estará estipulada en el documento, de lo contrario se tomará como indefinido.

Cabe resaltar que este tipo de sociedad no podrá cotizar en bolsa de valores, se describirá la actividad que sea lícita.

Las especificaciones a tener en cuenta para la constitución de una sociedad por acciones simplificada se detallan a continuación:

La sociedad por acciones simplificadas es una sociedad de capital y de naturaleza comercial y puede estar conformada por una o varias personas bien sean naturales o jurídicas. Figura comercial creada mediante la ley 1258 de 2008 y de amplio uso en Colombia.

Si la sociedad se incrementase o más de dos personas deseen hacer parte de su constitución, el documento privado de constitución debe contener como mínimo los siguientes aspectos:

- Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
- Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”; o de las letras S.A.S.
- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.

- El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

Por otro lado, la ley 1258 no estableció ningún tipo de límite a la cantidad o número de accionistas que se requiere para constituir una sociedad, así como lo establece el artículo primero de la ley en mención: “La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.” (Ley 1258 de 2008 - Gestor Normativo, s.f.).

Capital: No existe un capital mínimo ni un máximo para constituir una S.A.S., por ende, dependerá de cada caso en particular, y la suscripción y pago del mismo dependerá en la forma en que lo acuerden las partes o accionistas.

Organización: La ley le otorga amplia libertad para que conforme su estructura organizativa, las funciones previstas en el artículo 420 del código de comercio serán ejercidas por la asamblea o único accionista, por ende, puede autorregularse según su criterio.

El artículo 23 de la ley 1258 no obliga a tener una junta directiva, y ante su ausencia, sus funciones serán ejercidas por el representante legal.

La obligación de un revisor fiscal estará sujeta a las normas generales como lo es la ley 43 o el artículo 203 del código de comercio.

Así mismo las S.A.S. están sometidas a vigilancia de la superintendencia de sociedades tal y como está señalado en el artículo 45 de la ley 1258 de 2008.

Su disolución y liquidación, el artículo 34 señala los casos y causales permitidas;

- Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si los hubiere, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el Registro mercantil antes de su expiración.
- Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social.
- Por la iniciación del trámite de liquidación judicial.
- Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único.
- Por orden de autoridad competente.
- Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento del capital suscrito.

6.3.2 *Normatividad tributaria.*

De acuerdo a que “Alana confecciones” es una actividad económicamente organizada y su persona jurídica registrá bajo la sociedad por acciones simplificada cumplirá con una normatividad tributaria en donde se dividirá en dos tipos de obligaciones como formal y sustancial y se describirá con mayor detalle cada una de ellas;

a) Dentro de las principales obligaciones formales a tener en cuenta cuando se inicie una actividad empresarial tenemos:

1. Inscribirse en el RUT y obtener el NIT.
2. Registrarse como responsable del impuesto de renta.
3. Inscribirse como agente retenedor.
4. Presentar las declaraciones del impuesto de renta, IVA, retención en la fuente y las correspondientes de impuestos territoriales.
5. Responder los requerimientos de información que realice la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).
6. Actualizar información relativa al cambio de dirección para efectos fiscales y de la actividad económica.
7. Llevar libros de contabilidad.
8. Facturar.

Y respecto a las obligaciones sustanciales lo compone el impuesto de renta y complementarios.

6.3.3 Normatividad técnica.

Resultado de la investigación sobre la normatividad técnica que rige la actividad económica de este plan de negocio sobre la fabricación y comercialización de delantales y filipinas (confección) el (MINISTERIO DE COMERCIO, 2007) detalla el reglamento mediante la resolución número 1264 de 2007 por lo cual se mencionará en resumen la normatividad que lo rige según (In, 2021) que aclara la descripción documentada de los procesos estandarizados, resultado de un estudio y un consenso generalizado, por un organismo reconocido y especializado. A nivel nacional el ICONTEC es el organismo que realiza las funciones de normalizar las técnicas de calidad, el comité 062 está dedicado en las normas de confecciones y textiles.

Cabe resaltar que para el objeto investigativo la norma técnica GTC 24 ((ICONTEC), s.f.), brinda las pautas para el óptimo aprovechamiento de residuos no peligrosos haciendo énfasis en la fabricación o confección textil.

Las normas técnicas en confección especifican los requisitos indispensables para cumplir con las necesidades y expectativas del cliente en las prendas confeccionadas.

Entre ellas se encuentran:

NTC 1806:2014 Textiles. Código de rotulado para el cuidado de telas y confecciones mediante el uso de símbolos. Adicionalmente se cuenta con la GTC 230:2012 Guía para las buenas prácticas en la confección de prendas de vestir. Esta al ser un documento guía es de cumplimiento voluntario.

6.3.4 Normatividad laboral.

En materia laboral los requisitos que la empresa “Alana confecciones” que son de obligatorio cumplimiento para todas las organizaciones como cooperativas, empresas de servicios, entidades públicas a nivel nacional sometidas a los decretos aplicables tales como; 1072 de 2015 el cual regula el sistema a de gestión se seguridad y salud en el trabajo (SGSST).

Del mismo modo según el código sustantivo del trabajo (TRABAJO, s.f.) define que, un contrato de trabajo es una contraprestación directa entre el empleado y el empleador la cual al empleado genera una subordinación y dependencia del empleador por un periodo determinado sin que afecte la dignidad y los derechos mínimos del colaborador.

El capítulo III del artículo 80 de la ley 9 de 1979, el objeto de la salud ocupacional dentro de las organizaciones lo cual busca la conservación y mejora continua de la salud de los individuos en sus ocupaciones donde la presente Ley establece normas entre los que se destacan:

- a) Prevenir todo daño para la salud de las personas, derivado de las condiciones de trabajo;
- b) Proteger a la persona contra los riesgos relacionados con agentes físicos, químicos, biológicos, orgánicos, mecánicos y otros que pueden afectar la salud individual o colectiva en los lugares de trabajo;

Las disposiciones generales expuestas en el artículo 81 refiere que, la salud de los trabajadores es una condición indispensable para el desarrollo socio-económico del país; su preservación y conservación son actividades de interés social y sanitario en las que participan el Gobierno y los particulares.

Artículo 82. Las disposiciones del presente título son aplicables en todo lugar de trabajo y a toda clase de trabajo, cualquiera que sea la forma jurídica de su organización o prestación, regulan las acciones destinadas a promover y proteger la salud de las personas. Todos los empleadores, contratistas y trabajadores quedarán sujetos a las disposiciones del presente título y sus reglamentaciones.

Por otro lado, el artículo 84 hace referencia que todos los empleadores están obligados a:

a) Proporcionar y mantener un ambiente de trabajo en adecuadas condiciones de higiene y seguridad, establecer métodos de trabajo con el mínimo de riesgos para la salud dentro del proceso de producción;

b) Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de la presente Ley y demás normas legales relativas a Salud Ocupacional;

c) Responsabilizarse de un programa permanente de medicina, higiene y seguridad en el trabajo destinado a proteger y mantener la salud de los trabajadores de conformidad con la presente Ley y sus reglamentaciones;

d) Adoptar medidas efectivas para proteger y promover la salud de los trabajadores, mediante la instalación, operación y mantenimiento, en forma eficiente, de los sistemas y equipos de control necesarios para prevenir enfermedades y accidentes en los lugares de trabajo;

e) Registrar y notificar los accidentes y enfermedades ocurridos en los sitios de trabajo, así como de las actividades que se realicen para la protección de la salud de los trabajadores;

Las obligaciones designadas a todos los trabajadores según el artículo 85 dice:

a) Usar y mantener adecuadamente los dispositivos para control de riesgos y equipos de protección personal y conservarlos en orden;

c) Colaborar y participar en la implantación y mantenimiento de las medidas de prevención de riesgos para la salud que se adopten en el lugar de trabajo.

De las edificaciones destinadas a lugares de trabajo se menciona en el artículo 90 que las edificaciones permanentes o temporales que se utilicen como lugares de trabajo, cumplirán con las disposiciones sobre localización y construcción establecidas en esta Ley con zonas específicas para los distintos usos y actividades, claramente separadas, delimitadas o demarcadas y, cuando la actividad así lo exija, tendrán espacios independientes para depósitos de productos terminados y demás secciones requeridas para una operación higiénica y segura como también la demarcación para la circulación o tránsito de las personas dentro de las instalaciones de la empresa como lo resalta el artículo 93.

6.3.5 Normatividad ambiental.

De acuerdo a la ley 9 de 1979 (SOCIAL, MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL, 2024) en el artículo 1 se disponen unas normas generales para la protección del medio ambiente que servirá para preservar, restaurar y mejorar las condiciones necesarias referente a la salud humana y adoptar procedimientos para la regulación, legislación de residuos y materiales que afecten o puedan afectar las condiciones sanitarias del ambiente.

Respecto a las condiciones ambientales regirán ciertos criterios de manejo para las mismas de acuerdo a los diferentes artículos que se contemplan en la presente ley y son.

Artículo 98. En todo lugar de trabajo en que se empleen procedimientos, equipos, máquinas, materiales o sustancias que den origen a condiciones ambientales que puedan afectar

la salud y seguridad de los trabajadores o su capacidad normal de trabajo, deberán adoptarse medidas de higiene y seguridad necesaria para controlar en forma efectiva los agentes nocivos, y aplicarse los procedimientos de prevención y control correspondientes.

De acuerdo a los agentes físicos.

Artículo 105. En todos los lugares de trabajo habrá iluminación suficiente, en cantidad y calidad, para prevenir efectos nocivos en la salud de los trabajadores y para garantizar adecuadas condiciones de visibilidad y seguridad.

Artículo 106. El Ministerio de salud determinará los niveles de ruido, vibración y cambios de presión a que puedan estar expuestos los trabajadores.

Artículo 107. Se prohíben métodos o condiciones de trabajo con sobrecargo o pérdida excesiva de calor que puedan causar efectos nocivos a la salud de los trabajadores.

Artículo 108. En los lugares de trabajo donde existan condiciones o métodos que puedan afectar la salud de los trabajadores por frío o calor, deberán adoptarse todas las medidas necesarias para controlar y mantener los factores de intercambio calórico entre el ambiente y el organismo del trabajador, dentro de límites que establezca la reglamentación de la presente Ley.

Artículo 109. En todos los lugares de trabajo deberán tener ventilación para garantizar el suministro de aire limpio y fresco, en forma permanente y en cantidad suficiente.

De los valores límites en lugares de trabajo.

Artículo 110. El Ministerio de Salud fijará los valores límites aceptables para concentraciones de sustancias, en el aire o para condiciones ambientales en los lugares de trabajo, los niveles máximos de exposición a que puedan estar sujetos los trabajadores.

De la organización de la salud ocupacional en los lugares de trabajo.

Artículo 111. En todo lugar de trabajo se establecerá un programa de Salud Ocupacional, dentro del cual se efectúen actividades destinadas a prevenir los accidentes y las enfermedades relacionadas con el trabajo. Corresponde al Ministerio de Salud dictar las normas sobre organización y funcionamiento de los programas de salud ocupacional. Podrá exigirse la creación de comités de medicina, higiene y seguridad industrial con representación de empleadores y trabajadores.

De la seguridad industrial.

Maquinarias, equipos y herramientas.

Artículo 112. Todas las maquinarias, equipos y herramientas deberán ser diseñados, contruidos, instalados, mantenidos y operados de manera que se eviten las posibles causas de accidente y enfermedad.

Todo lo contemplado con anterioridad según la ley en mención a través de (SOCIAL, s.f.)

7 Plan financiero

7.1 Estudio económico.

7.1.1 Determinación de inversiones.

Tabla 24

La tabla contempla toda la maquinaria, equipo de oficina y demás muebles que harán parte de la inversión inicial de la empresa.

INVERSION					
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	DEPRECIACION AÑO
EQUIPO DE OFICINA					
COMPUTADOR	1	\$ 2.100.000	\$ 2.100.000	5	\$ 420.000
TELEFONO	1	\$ 140.000	\$ 140.000	5	\$ 28.000
CAJA	1	\$ 550.000	\$ 550.000	5	\$ 110.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			\$ 2.790.000		\$ 558.000
MAQUINARIA Y EQUIPO PARA PRODUCCIÓN					
MESA DE CORTE	2	\$ 550.000	\$ 1.100.000	10	\$ 110.000
MESA DE FILETEAR	2	\$ 400.000	\$ 800.000	10	\$ 80.000
SILLAS PARA MAQUINAS	4	\$ 60.000	\$ 240.000	5	\$ 48.000
MINIPLANCHAS	3	\$ 250.000	\$ 750.000	1	\$ 750.000
PLANCHAS	2	\$ 50.000	\$ 100.000	1	\$ 100.000
MAQUINAS DE COSER	2	\$ 600.000	\$ 1.200.000	1	\$ 1.200.000
FILETEADORAS	2	\$ 700.000	\$ 1.400.000	3	\$ 466.667
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO PARA PRODUCCIÓN			\$ 5.590.000		\$ 2.754.667
MUEBLES Y ENSERES ADMINISTRACIÓN					
ESCRITORIO	2	\$ 300.000	\$ 600.000	5	\$ 120.000
CAFETERA	1	\$ 150.000	\$ 150.000	5	\$ 30.000
SILLAS PLASTICAS	4	\$ 35.000	\$ 140.000	5	\$ 28.000
MESA PLASTICA	1	\$ 105.000	\$ 105.000	5	\$ 21.000
SILLA DE ESCRITORIO	1	\$ 250.000	\$ 250.000	5	\$ 50.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			\$ 1.245.000		\$ 249.000
TOTAL			\$ 9.625.000		\$ 3.561.667

Nota. Dentro de la tabla número 24 encontramos a detalle todos los muebles inmersos en la determinación de inversiones ilustrando la descripción de cada uno, la cantidad según el tipo de mueble, el costo unitario, costo total y su correspondiente vida útil y la depreciación que la misma aplica.

Tabla 25

Inversión diferida corresponde a todo aquello en lo que incurre la empresa para realizar sus funciones de acuerdo a la normatividad vigente según la ley 2069 de 2020 del congreso de Colombia (Col)

INVERSIÓN DIFERIDA	
CONCEPTO	VALOR
REGISTRO MERCANTIL	\$ 350.000
FORMULARIO DE REGISTRO	\$ 40.000
DERECHOS INSCRIPCION	\$ 32.000
OTROS	\$ 200.000
TOTAL INV DIFERIDAS	\$ 622.000

Nota. La tabla 25 menciona los gastos inmersos para iniciar actividades comerciales en la ciudad de San Juan de Pasto.

Tabla 26

Inversión total para la ejecución del plan de negocios.

INVERSIÓN TOTAL	
CONCEPTO	VALOR
INVERSIONES FIJAS	\$ 9.625.000
INVERSIONES DIFERIDAS	\$ 622.000
TOTAL INV DIFERIDAS	\$ 10.247.000

Nota. La tabla 26 menciona el total de las inversiones realizadas por la empresa “Alana confecciones”.

7.1.2 Cálculo de costos y gastos

Dentro del procedimiento analítico se determinaron los cálculos de los costos para poder producir los delantales y las filipinas, y los gastos asumidos en la adquisición de bienes y servicios.

Tabla 27

Costos de materia prima para delantales.

MATERIA PRIMA DIRECTA DELANTALES				
CONCEPTO	UND. MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL DE MATERIA PRIMA EN EL AÑO
Tela según orden de producción	Mts	0,7	\$ 7.700	\$ 15.507.613
Hilo	Rollo	1	\$ 2.000	\$ 5.754.216
Cesgo	Mts	2	\$ 500	\$ 2.877.108
Forro	Mts	0,7	\$ 8.400	\$ 16.917.396
TOTAL MATERIA PRIMA DIRECTA			\$ 18.600	\$ 41.056.333

Nota. Detalla el concepto de la materia prima del delantal para obtener el producto terminado con la respectiva cantidad y sus costos.

Tabla 28

Costo de materia prima para filipina.

MATERIA PRIMA DIRECTA FILIPINAS				
CONCEPTO	UND MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL DE MATERIA PRIMA EN EL AÑO
Tela Dril según la orden de producción	Mts	2	\$ 22.000	\$ 114.651.240
Hilo	Rollo	3	\$ 2.000	\$ 15.634.260
Cesgo Vena	Mts	2	\$ 500	\$ 2.605.710
Botones	Und	10	\$ 600	\$ 15.634.260
TOTAL MATERIA PRIMA DIRECTA			\$ 25.100	\$ 148.525.471

Nota. Detalla el concepto de la materia prima de las filipinas para obtener el producto terminado con la respectiva cantidad y sus costos.

Tabla 29

Costos directos de fabricación.

COSTOS DIRECTOS DE FABRICACIÓN				
CONCEPTO	UND. MEDIDA	CANTIDAD	VR UNITARIO	VR TOTAL
AGUJAS PARA COSER A MANO X 30 UD	PAQUETE	10	\$ 10.000	\$ 100.000
AGUJAS PARA COSER A MAQUINA X 10	PAQUETE	5	\$ 15.000	\$ 75.000
HILOS X 500 YARDAS	YARDAS	10	\$ 9.000	\$ 90.000
TELAS X MT ANTIFLUIDO	METROS	60	\$ 15.000	\$ 900.000
TIJERAS DE PAPEL	UND	5	\$ 14.000	\$ 70.000
DEDAL	UND	5	\$ 6.000	\$ 30.000
HILOS X 500 YARDAS	METROS	7	\$ 9.000	\$ 63.000
TELAS X MT ANTIFLUIDO	METROS	2	\$ 15.000	\$ 30.000
HILO INVISIBLE	METROS	3	\$ 5.000	\$ 15.000
PAPEL SEDA X 100 PCS	METROS	3	\$ 25.000	\$ 75.000
AGUJAS PARA COSER A MANO X 30 UD	UND	1	\$ 10.000	\$ 10.000
AGUJAS PARA COSER A MAQUINA X 10	UND	1	\$ 15.000	\$ 15.000
TIJERAS DE TELA	UND	2	\$ 45.000	\$ 90.000
ALFILERES x 100	UND	5	\$ 10.000	\$ 50.000
DESCOSEDOR	UND	2	\$ 15.000	\$ 30.000
CINTA METRICA	UND	1	\$ 12.000	\$ 12.000
TIZAS PARA MARCAR x 10	UND	2	\$ 14.000	\$ 28.000
IMPERDIBLES X 500	UND	1	\$ 100.000	\$ 100.000
HILO INVISIBLE	CENTIMETROS	30	\$ 5.000	\$ 150.000
TOTAL MATERIA PRIMA DIRECTA				\$ 1.933.000

Nota. Determinación anual de los costos directos necesarios para la producción de los delantales y las filipinas.

Tabla 30*Costos de producción en servicios.*

COSTO DE PRODUCCIÓN EN SERVICIOS			
CONCEPTO	VR MENSUAL	VR ANUAL	PRODUCCION 50%
ARRENDAMIENTO	\$ 550.000	\$ 6.600.000	\$ 3.300.000
ENERGIA	\$ 110.000	\$ 1.320.000	\$ 660.000
AGUA	\$ 85.000	\$ 1.020.000	\$ 510.000
TELEFONO	\$ 30.000	\$ 360.000	\$ 180.000
TOTAL		\$ 9.300.000	\$ 4.650.000

Nota. Incluyen los servicios públicos que se necesitan para la elaboración de los delantales y las filipinas.

Tabla 31*Mano de obra directa.*

EMPRESA ALANA CONFECCIONES									
NÓMINA OPERATIVA									
Nombre del empleado	Devengado			Deducciones			TOTAL DEDUCIDO	NETO A PAGAR	
	Salario básico	Días liquidados	Auxilio de transporte	DEVENGADO	4% Salud	4% Pensión			
OPERARIO I	1.300.000	30	162.000	1.462.000,00	52.000	52.000	104.000	1.358.000	
OPERARIO II	1.300.000	30	162.000	1.462.000,00	52.000	52.000	104.000	1.358.000	
TOTAL	2.600.000		324.000	2.924.000	104.000	104.000	208.000	2.716.000	
APORTES SOCIALES									
PENSION	12%	\$	312.000						
ARL	0,00522	\$	13.572						
TOTAL			325.572						
PARAFISCALES									
COMPFAMILIAR	4%	\$	104.000						
TOTAL			104.000						
PRESTACIONES SOCIALES									
CESANTIAS	8,33%	\$	243.569						
INTERESES CESANTIAS	1%	\$	29.240						
PRIMA	8,33%	\$	243.569						
VACACIONES	4,17%	\$	121.931						
TOTAL			638.309						

Nota. La nómina operativa se realiza con base al salario mínimo mensual vigente y sus aportes de ley.

Por otro lado, la empresa “Alana confecciones” determinó los siguientes gastos de operación:

Tabla 32

Gastos de administración.

GASTOS ADMINISTRATIVOS			
CONCEPTO	VR MENSUAL	VR ANUAL	ADMON 20%
ARRENDAMIENTO	\$ 550.000	\$ 6.600.000	\$ 1.320.000
ENERGIA	\$ 110.000	\$ 1.320.000	\$ 264.000
AGUA	\$ 85.000	\$ 1.020.000	\$ 204.000
TELEFONO	\$ 30.000	\$ 360.000	\$ 72.000
TOTAL		\$ 9.300.000	\$ 1.860.000

Nota. Se ilustran los diferentes gastos en los que incurre la empresa que son necesarios para el área administrativa.

Tabla 33

Mano de obra indirecta.

EMPRESA ALANA CONFECCIONES									
NÓMINA ADMINISTRATIVA									
Nombre del empleado	Devengado				Deducciones			TOTAL DEDUCIDO	NETO A PAGAR
	Salario básico	Días liquidados	Auxilio de transporte	DEVENGADO	4% Salud	4% Pensión			
GERENTE	2.000.000	30	162.000	2.162.000,00	80.000	80.000	160.000	2.002.000	
CONTADOR	1.950.000	30	162.000	2.112.000,00	78.000	78.000	156.000	1.956.000	
TOTAL	3.950.000		324.000	4.274.000	158.000	158.000	316.000	3.958.000	
APORTES SOCIALES									
PENSION	12%	\$	474.000						
ARL	0,06522	\$	20.619						
TOTAL			494.619						
PARAFISCALES									
COMFAMILIAR	4%	\$	158.000						
TOTAL			158.000						
PRESTACIONES SOCIALES									
CESANTIAS	8,33%	\$	356.024						
INTERESES CESANTIAS	1%	\$	42.740						
PRIMA	8,33%	\$	356.024						
VACACIONES	4,17%	\$	178.226						
TOTAL			933.014						

Nota. La nómina administrativa contiene diferentes sueldos básicos, sin embargo, cumple con las prestaciones de ley.

Tabla 34

Gastos en ventas.

GASTOS EN VENTAS			
CONCEPTO	VR MENSUAL	VR ANUAL	VENTAS 30%
ARRENDAMIENTO	\$ 550.000	\$ 6.600.000	\$ 1.980.000
ENERGIA	\$ 110.000	\$ 1.320.000	\$ 396.000
AGUA	\$ 85.000	\$ 1.020.000	\$ 306.000
TELEFONO	\$ 30.000	\$ 360.000	\$ 108.000
TOTAL		\$ 9.300.000	\$ 2.790.000

Nota. Se ilustran los diferentes gastos en ventas por efecto de la exhibición de los productos y demás.

Tabla 35

Nómina de vendedor

EMPRESA ALANA CONFECCIONES									
NÓMINA VENTAS									
Nombre del empleado	Salario básico	Días liquidados	Devengado		Deducciones			TOTAL DEDUCIDO	NETO A PAGAR
			Auxilio de transporte	DEVENGADO	4% Salud	4% Pensión			
VENDEDOR	1.300.000	30	162.000	1.462.000,00	52.000	52.000	104.000	1.358.000	
TOTAL	1.300.000		162.000	1.462.000	52.000	52.000	104.000	1.358.000	
APORTES SOCIALES									
PENSION	12%	\$ 156.000							
ARL	0,00522	\$ 6.786							
TOTAL		162.786							
PARAFISCALES									
COMFAMILIAR	4%	\$ 52.000							
TOTAL		52.000							
PRESTACIONES SOCIALES									
CESANTIAS	8,33%	\$ 121.785							
INTERESES CESANTIAS	1%	\$ 14.620							
PRIMA	8,33%	\$ 121.785							
VACACIONES	4,17%	\$ 60.965							
TOTAL		319.155							

Nota. La nómina de área de comercial contiene el sueldo básico del vendedor y sus prestaciones de ley.

Tabla 36

Depreciación de la propiedad plata y equipo de la empresa.

DEPRECIACIÓN		
CONCEPTO	VR MENSUAL	VR ANUAL
EQUIPO DE OFICINA	\$ 558.000	\$ 6.696.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 2.754.667	\$ 33.056.000
MUEBLES Y ENSERES	\$ 5.758.333	\$ 69.100.000
TOTAL		\$ 108.852.000

Nota. Depreciación de la propiedad plata y equipo fue determinada por el método de línea directa tomando como referencia las políticas de la empresa reflejadas en 50 UVTS que se deprecian en un año por políticas de empresa

Tabla 37

Consolidados de los costos y gastos de la empresa “Alana confecciones”.

COSTOS DE PRODUCCIÓN			
CONCEPTO	VALOR ANUAL	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
MATERIA PRIMA DELANTALES	\$ 41.056.333		\$ 41.056.333
MATERIA PRIMA FILIPINAS	\$ 148.525.471		\$ 148.525.471
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 47.496.000		\$ 3.958.000
COSTOS DIRECTOS DE FABRICA	\$ 1.933.000		
ARRENDAMIENTO	\$ 3.300.000	\$ 3.300.000	
ENERGIA	\$ 660.000	\$ 660.000	
AGUA	\$ 510.000	\$ 510.000	
TELEFONO	\$ 180.000	\$ 180.000	
SUBTOTAL	\$ 243.660.803	\$ 4.650.000	\$ 193.539.803
GASTOS ADMINISTRACIÓN			
NOMINA ADMINISTRATIVA	\$ 47.496.000		
ARRENDAMIENTO	\$ 1.320.000		
ENERGIA	\$ 264.000		
AGUA	\$ 204.000		
TELEFONO	\$ 72.000		
SUBTOTAL	\$ 49.356.000		
GASTOS VENTAS			
NÓMINA DE VENTAS	\$ 1.358.000		
ARRENDAMIENTO	\$ 1.980.000		
ENERGIA	\$ 396.000		
AGUA	\$ 306.000		
TELEFONO	\$ 108.000		
SUBTOTAL	\$ 4.148.000		
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$ 297.164.803		

Nota. Se consolida toda la información anteriormente calculada de forma individual sobre los costos y gastos de la empresa.

7.1.3 Cálculo y proyección de los ingresos.

Tabla 38

Proyección de ingresos de delantales.

CALCULO Y PROYECCION DE INGRESOS DELANTALES	2023	2024	2025	2026	2027
INCREMENTO		6,7%	6,7%	6,7%	6,7%
PRECIO DE VENTA	\$ 46.500	\$ 49.616	\$ 52.940	\$ 56.487	\$ 60.271
CANTIDAD	2.877	3.196	3.522	3.854	4.192
TOTAL PROYECCIÓN	\$ 133.785.527	\$ 158.594.314	\$ 186.449.820	\$ 217.675.658	\$ 252.627.337

Nota. El precio de venta se determinó con el costo unitario entre uno menos el 60% de margen de utilidad para el año 2023 para los delantales y en consecuencia se proyectó por año teniendo en cuenta el incremento del IPC de un 6,7% promedio del IPC de los últimos cinco años (Actualícese , 2024).

Tabla 39

Proyección de ingresos filipinas.

CÁLCULO Y PROYECCIÓN DE INGRESOS FILIPINAS	2023	2024	2025	2026	2027
INCREMENTO		6,7%	6,7%	6,7%	6,7%
PRECIO DE VENTA	\$ 62.750	\$ 66.954	\$ 71.440	\$ 76.227	\$ 81.334
CANTIDAD	2.606	2.895	3.190	3.490	3.796
TOTAL PROYECCIÓN	\$ 163.508.303	\$ 193.828.792	\$ 227.872.881	\$ 266.036.082	\$ 308.752.882

Nota. El precio de venta se determinó con el costo unitario entre uno menos el 60% de margen de utilidad para el año 2023 para las filipinas y en consecuencia se proyectó por año teniendo en cuenta el incremento del IPC de un 6,7% promedio del IPC de los últimos cinco años (Actualícese , 2024).

7.1.4 Identificación del punto de equilibrio.

Figura 28

Punto de equilibrio delantales

COSTOS FIJOS TOTALES	\$	4.650.000	
PRECIO UNITARIO FILIPINA	\$	62.750	\$ 11.923
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$	1.785	

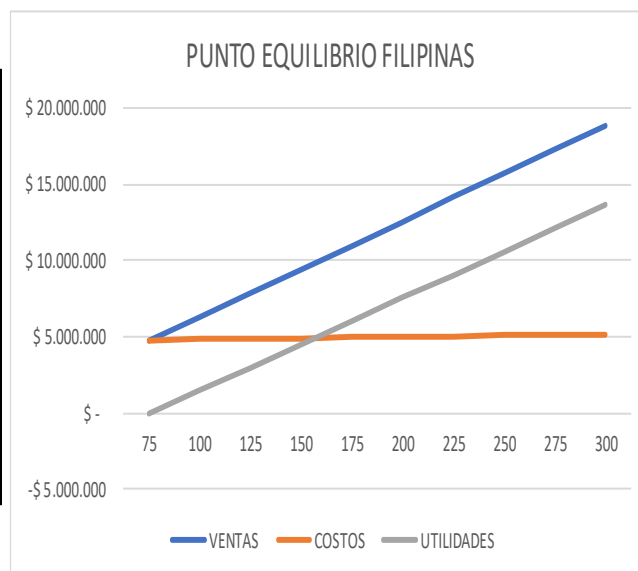
PUNTO EQUILIBRIO PESOS **COSTOS FIJOS**
 $1 - (\text{COSTO VARIABLE UNITARIO} / \text{PRECIO DE VENTA})$

$$\text{P.E.} \quad \$ 4.650.000 = \frac{\$ 4.650.000}{1 - (2.257/41.833)} = \frac{\$ 4.650.000}{0,97} = \$ 4.786.112$$

PUNTO EQUILIBRIO UNIDADES **COSTOS FIJOS**
 $\text{PRECIO DE VENTA} - \text{COSTO VARIABLE UNITARIO}$

$$\text{P.E.} \quad \$ 4.650.000 = \frac{\$ 4.650.000}{41.833 - 2.257} = \frac{\$ 4.650.000}{60.965} = 76,27$$

UNIDADES	VENTAS	COSTOS	UTILIDADES
75	\$ 4.706.250	\$ 4.783.841	-\$ 77.591
100	\$ 6.275.000	\$ 4.828.454	\$ 1.446.546
125	\$ 7.843.750	\$ 4.873.068	\$ 2.970.682
150	\$ 9.412.500	\$ 4.917.681	\$ 4.494.819
175	\$ 10.981.250	\$ 4.962.295	\$ 6.018.955
200	\$ 12.550.000	\$ 5.006.908	\$ 7.543.092
225	\$ 14.118.750	\$ 5.051.522	\$ 9.067.228
250	\$ 15.687.500	\$ 5.096.136	\$ 10.591.364
275	\$ 17.256.250	\$ 5.140.749	\$ 12.115.501
300	\$ 18.825.000	\$ 5.185.363	\$ 13.639.637



7.1.5 Estados financieros.

7.1.5.1 Estado de situación financiera.

Figura 30***Balance de prueba.***

ALANA CONFECCIONES			
BALANCE INICIAL			
2023			
ACTIVOS			\$ 35.257.000
ACTIVOS CORRIENTES		<u>\$ 19.550.000</u>	
Disponibles	<u>\$ 19.550.000</u>		
ACTIVO NO CORRIENTE			
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		<u>\$ 15.085.000</u>	
Maquinaria y herramienta	\$ 5.590.000		
Equipo de oficina	\$ 2.790.000		
Muebles y enseres	\$ 1.245.000		
Cientes	<u>\$ 5.460.000</u>		
CARGOS DIFERIDOS		<u>\$ 622.000</u>	
Diferidos	<u>\$ 622.000</u>		
PASIVOS			\$ -
PASIVOS NO CORRIENTES	\$ -		
PATROMINIO			\$ 35.257.000
Capital social		<u>\$ 35.257.000</u>	
Aportes sociales	<u>\$ 35.257.000</u>		
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO			\$ 35.257.000

Nota. Mediante el informe del balance de prueba se construye el estado de situación financiera.

Figura 31

Estado de Situación Financiera a 31 de diciembre de 2023.

ALANA CONFECCIONES
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
A 31 DE DICIEMBRE DE 2023
PESOS COLOMBIANOS

ACTIVO

ACTIVO CORRIENTE

Efectivo y equivalentes de efectivo	\$ 19.550.000
Caja	\$ 1.000.000
Bancos	\$ 16.550.000
Cuentas de Ahorro	<u>\$ 2.000.000</u>
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	\$ 3.250.000
Deudores comerciales -Clientes	\$ 3.250.000
Cuentas por cobrar	\$ 1.272.000
Deudores varios	\$ 650.000
Diferidos	\$ 622.000
Inventarios	\$ 1.560.000
Anticipos y avances a proveedores	<u>\$ 1.560.000</u>
Propiedad planta y equipo	\$ 9.625.000
Maquinaria y herramienta	\$ 5.590.000
Equipo de oficina	\$ 2.790.000
Muebles y enseres	\$ 1.245.000
Total Activo Corriente	\$ 35.257.000

TOTAL ACTIVO \$ 35.257.000

PASIVO

PASIVO CORRIENTE

TOTAL PASIVO \$ -

PATRIMONIO

Capital Social

Aportes sociales \$ 35.257.000

TOTAL PATRIMONIO \$ 35.257.000
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO \$ 35.257.000

Nota. Mediante este estado financiero se conoce el valor total de los activos de la empresa dado por \$35.257.000, el pasivo es 0 puesto que su origen es nuevo y se inicia el

proyecto con el apalancamiento del aporte de accionistas por valor de \$35.257.000. Con ello se ilustra la situación y condición real de la empresa con el fin de tomar las decisiones correctas para el crecimiento y posicionamiento del negocio en el mercado.

7.1.5.2 Estado de resultados.

Figura 32

Estado de Resultados a 31 de diciembre del año 2023.

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA					
A 31 DE DICIEMBRE DE 2023					
PESOS COLOMBIANOS					
	2023	2024	2025	2026	2027
Ingresos operacionales	\$ 330.326.478	\$ 360.980.775	\$ 394.479.791	\$ 431.087.516	\$ 471.092.437
(-)Costos de producción	\$ 201.339.682	\$ 220.024.004	\$ 240.442.232	\$ 262.755.271	\$ 287.138.960
UTILIDAD BRUTA	\$ 128.986.797	\$ 140.956.771	\$ 154.037.560	\$ 168.332.245	\$ 183.953.477
Gastos administrativos	\$ 51.024.000	\$ 55.759.027	\$ 60.933.465	\$ 66.588.090	\$ 72.767.465
Depreciación	\$ 42.740.000	\$ 46.706.272	\$ 51.040.614	\$ 55.777.183	\$ 60.953.306
Gastos de ventas	\$ 4.886.000	\$ 5.339.421	\$ 5.834.919	\$ 6.376.400	\$ 6.968.129
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 30.336.797	\$ 33.152.051	\$ 36.228.562	\$ 39.590.572	\$ 43.264.577
Otros gastos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 30.336.797	\$ 33.152.051	\$ 36.228.562	\$ 39.590.572	\$ 43.264.577
(-)Impuesto de 35%	\$ 10.617.879	\$ 11.603.218	\$ 12.679.997	\$ 13.856.700	\$ 15.142.602
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO	\$ 19.718.918	\$ 21.548.833	\$ 23.548.565	\$ 25.733.872	\$ 28.121.975
Reserva 10%	\$ 19.719	\$ 21.549	\$ 23.549	\$ 25.734	\$ 28.122
UTILIDAD O PERDIDA NETA	\$ 19.699.199	\$ 21.527.284	\$ 23.525.016	\$ 25.708.138	\$ 28.093.853

Nota. El estado de resultados es un cálculo esencial en la contabilidad ya que proyecta del año 2023 a 2027 la utilidad operativa neta de la entidad incluyendo la información de los diferentes periodos para analizar los cambios de un año a otro cumplimiento con el principio de comparabilidad y también estudiar los diferentes rubros que componen el estado de resultados que son ingresos, costos y gastos con el objeto de tener una mejor perspectiva operacional de la empresa.

7.1.5.3 Flujo de fondos.

Figura 33

Flujo de caja libre a 31 de diciembre del año 2023.

ALANA CONFECCIONES
FLUJO DE CAJA
A 31 DE DICIEMBRE DE 2023
PESOS COLOMBIANOS

	2023	2024	2025	2026	2027
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 940.149	\$ 1.027.394	\$ 1.122.737	\$ 1.226.927	\$ 1.340.785
Provisiones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciaciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
EBITDA	\$ 940.149	\$ 1.027.394	\$ 1.122.737	\$ 1.226.927	\$ 1.340.785
Otros ingresos (ERI del año)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Otros egresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Impuestos	\$ 329.052	\$ 359.588	\$ 392.958	\$ 429.424	\$ 469.275
FLUJO DE CAJA BRUTO	\$ 611.097	\$ 667.806	\$ 729.779	\$ 797.502	\$ 871.511
Cambios en el cmo (capital de trabajo neto operativo)	\$ 4.522.000	\$ 4.941.642	\$ 5.400.226	\$ 5.901.367	\$ 6.449.014
Deudores Clientes	\$ 3.250.000	\$ 3.551.600	\$ 3.881.188	\$ 4.241.363	\$ 4.634.961
Inventarios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros corrientes	\$ 1.272.000	\$ 1.390.042	\$ 1.519.037	\$ 1.660.004	\$ 1.814.053
Gastos anticipados	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cuentas por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Beneficios a empleados	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros pasivos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE CAJA ANTES INVERSIONES	\$ 5.133.097	\$ 5.609.448	\$ 6.130.005	\$ 6.698.869	\$ 7.320.524
Acreeedores Financieros y s	\$ 35.257.000	\$ 38.528.850	\$ 42.104.327	\$ 46.011.608	\$ 50.281.486
Obligaciones financieros C.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Obligaciones financieros L.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Bonos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Intereses bancarios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital social	\$ 35.257.000	\$ 38.528.850	\$ 42.104.327	\$ 46.011.608	\$ 50.281.486
MOVIMIENTO DEL PERIODO	\$ 40.390.097	\$ 44.138.298	\$ 48.234.332	\$ 52.710.478	\$ 57.602.010
SALDO INICIAL DE EFECTIVO DEL PERIODO	\$ 19.550.000	\$ 21.364.240	\$ 23.346.841	\$ 25.513.428	\$ 27.881.075
SALDO FINAL DE EFECTIVO DEL PERIODO	\$ 59.940.097	\$ 65.502.538	\$ 71.581.173	\$ 78.223.906	\$ 85.483.084

Nota. Se proyecta el flujo de caja libre en los periodos comprendidos del año 2023 a 2027 evidenciando una disponibilidad de efectivo positiva en los años mencionados.

7.2 Evaluación financiera.

7.2.1 Indicadores de rentabilidad financiera.

7.2.1.1 Valor presente neto (VPN).

El valor presente neto es el método matemático que permitirá medir la viabilidad financiera del presente plan de negocios a través de los resultados obtenidos en el flujo de caja que comprenden los periodos 2023 hasta 2027.

Formula aplicada:

$$VPN = -I_0 + \sum \left(\frac{F_n}{(1+i)^n} + \frac{F_n}{(1+i)^n} + \frac{F_n}{(1+i)^n} + \frac{F_n}{(1+i)^n} + \frac{F_n}{(1+i)^n} \right)$$

Figura 34

VPN de plan de negocios "Alana confecciones"

Inversión inicial	\$	59.940.097
2023	\$	54.166.001
2024	\$	48.948.130
2025	\$	44.232.903
2026	\$	39.971.898
2027	\$	36.121.361
TOTAL VPN	\$	223.440.294
VPN	\$	163.500.197

Nota. El resultado del valor presente neto es de \$163.500.197 resultado de la división entre la inversión inicial y el total del VPN de los años proyectados.

Con el resultado anterior se entiende que la inversión prevista es conveniente puesto que el VPN es mayor a 0 por lo tanto generará beneficios. Así que, la decisión es conveniente para la empresa.

7.2.1.2 Tasa interna de retorno (TIR).

Por medio del indicador, tasa interna de retorno (TIR) se evaluará la rentabilidad del proyecto por la condición; Cuanto mayor sea el TIR mayor será la rentabilidad para evaluar la toma de decisiones pertinente en el presente plan de negocios en marcha.

Figura 35

TIR de la empresa “Alana confecciones”.

PERIODOS	VALORES
Io	\$ 19.550.000
FC2023	\$ 59.940.097
FC2024	\$ 65.502.538
FC2025	\$ 71.581.173
FC2026	\$ 78.223.906
FC2027	\$ 85.483.084
TIR	736 %

Nota. El resultado es consecuencia de dividir el saldo final esperado en las ventas entre el valor inicial y en consecuencia el resultado multiplicarlo por 100. Resultado es del 736%

La tasa interna de retorno está por 736% lo que significa que al ser mayor a la tasa interna de oportunidad (TIO) se deduce la viabilidad financiera de la empresa por lo cual compensará la inversión realizada lo que compensa el costo de la misma.

7.2.1.3 Relación beneficio costo (RBC).

Figura 36

Relación beneficio costo (RBC) de “Alana confecciones”.

VPN INGRESOS / VPN COSTO	
VPN INGRESOS	\$ 223.440.294
VPN EGRESOS	\$ 59.940.097
RBC	3,73

Nota. La relación costo beneficio del 3,73 se determinó a través de la división entre el valor presente neto de ingresos y el valor presentes neto de egresos.

El RBC es púes la herramienta financiera que permite a “Alana confecciones” medir la relación que existe entre los costos y beneficios asociados o un nuevo plan de negocios, un emprendimiento o en su defecto cualquier proyecto que se desea poner en marcha para del mismo modo como los demás indicadores conocer si es rentable.

Complementando el enunciado anterior se puede afirmar que por el estudio del plan de negocios respecto al resultado obtenido del RBC en 3,73 al ser mayor a 1, significa que la empresa tiene un rendimiento favorable en términos de generar ingresos en relación directa con los costos de producción que indican en el producto terminado.

8 Identificación de posibles incidencias

El desarrollo de la identificación de posibles incidencias es un sistema que integra objetivos económicos, sociales y ambientales para la sostenibilidad del proyecto, por tal motivo la propuesta modifica la dirección actual del desarrollo e incide positivamente en los sectores o grupos anteriormente mencionados.

8.1 Incidencias económicas.

El plan de negocios “Alana confecciones” pretende generar empleo en la ciudad de San Juan de Pasto razón según el departamento nacional de planeación que indica que la tasa de desempleo se encuentra sólida en el 12,7% (PLANEACIÓN, s.f.) el cual se encuentra en un mercado que va disminuyendo la tasa de desempleo ya que se ha visto la incidencia positiva del nuevo gobierno según DANE (Estadísticas, 2023) que presenta el ranking del posicionamiento del municipio de Pasto en Tasa de ocupación del 56.5 del 2022 a 58,3 al año 2023 y una tasa de desempleo menor al año anterior dada en 11.3 del año 2022 y 9.3 para el año 2023. Por esto, con la información recopilada la empresa “Alana confecciones” busca aportar en la disminución de dicha tasa de desempleo mediante la contratación de ocho vacantes y aportando a la sostenibilidad de cada familia con al menos una fuente ingreso por hogar en San Juan de Pasto.

Por otra parte, la empresa contribuye a la economía de la región y al sector manufacturero que se encuentra incipiente en la ciudad de San Juan de Pasto teniendo en cuenta a los diseñadores de los cuales dos serán parte principal para el crecimiento y sostenibilidad del proyecto.

Del mismo modo en el contexto económico el sector manufacturero favorece el uso de materias primas en todo el país a través de los proveedores de la región mediante la contratación de proveedores estratégicos de productores a nivel nacional.

Además, la empresa “Alana confecciones” será contribuyente de acuerdo a obligaciones tributarias que si expresamente cumplen con los requisitos que lo llevan a ser responsables posteriormente aportará al municipio en la ciudad de San Juan de Pasto los diferentes tributos o retenciones que le sean impuestos.

Todo lo anterior se logrará implementando planes de capacitación a los aspirantes para tener una mano de obra calificada y conocedora del plan operativo y lograr así un impacto económico con el fin de crecer dentro del municipio con una visión de expansión proyectada al departamento, incluso a nivel nacional posicionándose dentro de las mejores micro empresas de manufactura en Colombia.

8.2 Incidencias ambientales.

El aspecto ambiental en el presente plan de negocios es identificar todos aquellos impactos generados por el funcionamiento de la empresa productora y comercializadora de los artículos correspondientes a los delantales y filipinas con un diseño personalizado y especial en la ciudad San Juan de Pasto. Cabe destacar que la Constitución Política de Colombia consagra derechos y obligaciones para proteger el medio ambiente, para ello se tiene como objetivo tener un impacto positivo con el medio ambiente según el decreto 2041 de 2014.

Teniendo en cuenta lo anterior las medidas que “Alana confecciones” implementará para mitigar el impacto ambiental por generar residuos sólidos son las siguientes:

- Reciclar los retazos de telas generado y ubicarlo en bodega.
- Contratación con empresas de reciclaje en Pasto como Coemprender.
- Para el cuidado de la persona se buscará dotarlos con elementos de protección personal.
- Según el ítem anterior también para mitigar el impacto auditivo se buscará adaptar el área de producción con alfombras, cortinas, tapices y materiales absorbentes el cual ayudará a disminuir la propagación de ruido.

- Reducir el impacto medioambiental también para por utilizar químicos que no provoquen sustancias nocivas para el medio ambiente y que sean tratadas adecuadamente.

8.3 Incidencias sociales.

“Alana confecciones” busca tener un impacto inicial y directo al bienestar satisfacer las necesidades de sus clientes otorgándole valor agregado a las prendas exhibidas, ya que se ofrecen artículos para el cuidado personal en actividades como cocina y otras relacionadas a ña misma, por tanto ellas, cuidaran la integridad del portante de las prendas y de sus utensilios propios mitigando manchas, quemaduras o accidentes en el desarrollo de sus actividad y creando valor en el uso de los productos que “Alana confecciones” provea con el valor agregado que provoca un aprecio especial y diferente a los demás productos que realicen diseños similares o se dediquen la misma actividad económica.

Por ende, el objeto que se lleva a cabo es contribuir al cuidado integral actuando como una capa protectora para el cuerpo con características que disminuirán los riesgos en los que incurran aquellos individuos que realizan actividades de culinaria y reduciendo accidentes de cualquier tipo o nivel en los que se ven expuestos aquellos que realizan tales actividades propósito de la actual investigación y parte fundamental para la creación de estas prendas.

Adicional a ello se generará un impacto en la zona rural donde se encuentra un sin número de establecimientos dedicados al servicio de restaurante y/o de eventos, bares y hogares que se convierten en los interesados para la adquisición de estas prendas en el municipio.

Finalmente, el desarrollo del plan de negocio tendrá un impacto directo con la utilidad de los productos a distribuir brindando la posibilidad de cuidar su integridad en sus dinamismos diarios.

Y por otro lado para incidir positivamente en el ámbito social y principalmente con el estado, se pretende hacer control frente a las facturas electrónicos con el fin de contribuir con responsabilidad al municipio y organismos de control.

9 Conclusiones

Al formular un plan de negocio para "Alana Confecciones" en San Juan de Pasto, es crucial considerar aspectos como la identificación clara del mercado objetivo, el análisis de la competencia local, la definición de una propuesta de valor única, la planificación financiera detallada y la implementación de estrategias de marketing efectivas. Además, la adaptación a las tendencias y demandas del sector textil local y global será clave para el éxito a largo plazo.

Al mismo tiempo, realizar un estudio de mercado para "Alana Confecciones" en San Juan de Pasto es esencial para tomar decisiones estratégicas fundamentadas y maximizar las oportunidades de éxito en el mercado de la moda local. Gracias a las encuestas aplicadas se obtuvo una comprensión profunda de las preferencias, necesidades y comportamientos de compra de los consumidores en San Juan de Pasto, lo que permitirá a "Alana Confecciones" adaptar su oferta de productos y servicios de manera efectiva, así mismo, el estudio reveló las oportunidades de crecimiento y expansión en el mercado, así como las posibles amenazas competitivas o desafíos que la empresa podría enfrentar, permitiendo una mejor preparación para enfrentarlos.

Cabe destacar que con toda la investigación correspondiente al posicionamiento en el mercado de este plan de neológico se concluye que, las características técnicas y económicas necesarias para el montaje y puesta en marcha del presente proyecto distribuirá los delantales y filipinas demostrando su estabilidad y viabilidad en el municipio de San Juan de Pasto. El estudio de mercado a través de las encuestas realizadas a dieciocho establecimientos del municipio presente nos demuestra la necesidad y el interés del producto que se desea ofertar en el mercado situado en la ciudad de San Juan de Pasto, debido a su diseño y elaboración cumple con las necesidades y expectativas de los encuestados.

Desde el estudio técnico se logra identificar que la demanda insatisfecha puede cumplirse en un 80% teniendo en cuenta que la capacidad de producción de la empresa es adecuada, que cumple con los requerimientos del mercado y puede mejorar en el tiempo con el valor agregado dado a las diferentes estrategias de mercadeo que son parte fundamental para un resultado íntegro y positivo de la investigación a través de la implementación de las 4p.

Se concluye con el estudio administrativo que la necesidad de identificar la filosofía organizacional y legal por medio de la cual se fijan metas concretas a corto, mediano y largo plazo impacta positivamente con el orden y control para el crecimiento y el manejo correcto e indispensable de la empresa que se constituye en la figura jurídica más acorde para el proyecto mediante un Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S).

Se concluye a través de la evaluación financiera del presente proyecto los diferentes estados financieros que logran demostrar de forma proyectada a cinco periodos anuales el estado real del plan de estudio denominado “Alana confecciones”.

Por otro lado, las incidencias del proyecto vislumbran impactos positivos a nivel económico, social y ambiental teniendo en cuenta que el producto favorecerá a la empleabilidad y la economía en la ciudad de Pasto, además de ser amigable con el entorno con el fin de desarrollar una cadena productiva en el área culinaria de la ciudad, así mismo, las incidencias económicas, ambientales y sociales de forma directa afectan positivamente en la contribución significativa para el desarrollo de la manufactura en producción textil dentro del municipio de San Juan de Pasto y en la contribución implícita con la sociedad y el estado colombiano. Finalmente se estipulo que en el mercado objeto de estudio existe una aceptación demostrable para la creación y posicionamiento en el mercado y optimo frente a la competencia de “Alana confecciones S.A.S”.

10 Recomendaciones

Se recomienda realizar una investigación continua para comprender las preferencias, necesidades y expectativas de los clientes. Esto te permitirá adaptar la oferta de productos y servicios de manera más efectiva y mantener la relevancia en el mercado.

En la época actual se evalúa y utiliza los canales de venta más efectivos para el negocio, ya sea a través de tiendas físicas, comercio electrónico, ferias locales u otros medios. Aprovechar las plataformas digitales para llegar a un público más amplio y facilitar la compra a nuestros clientes.

Es importante conocer la opinión de nuestros clientes, es por ello que se debe establecer canales de comunicación efectivos para recibir retroalimentación de tus clientes y utiliza esta información para mejorar constantemente los productos. Hay que involucrar a nuestros clientes en el proceso de desarrollo de productos para crear una mayor conexión y lealtad.

- "Alana Confecciones" debe destacar lo que la hace especial y atractiva para los clientes. Esto podría incluir la utilización de materiales de alta calidad, diseños exclusivos, procesos de fabricación sostenibles, atención al detalle en la confección de prendas o la personalización de productos según las preferencias de los clientes.
- Se recomienda propiciar al personal empleado capaz, con actitud y aptitud para el desarrollo operativo correcto y orientado al crecimiento empresarial sostenible.
- Se recomienda el óptimo manejo de ingresos y recursos para la inversión misma del plan de negocio con el fin del crecimiento empresarial como mínimo a mediano plazo.

- Se busca incentivar el cuidado personal en las tareas hogareñas y actividades laborales entorno al medio del servicio de restaurantes, eventos y demás en la abundancia del sector incidente que con actividades que involucran el uso de las prendas principales de este plan de negocio que son lo delantales y las filipinas.
- Se cumplirá con la revisión y control de las tareas diarias que correspondan a cada integrante de la organización sin escatimar detalles mínimos y brindando prioridad en condiciones adecuadas para el puesto de trabajo del talento humano.
- Investigar de forma permanente nuevos estudios para el marketing frente a la competencia.
- Para temas laborales implementar redes sociales por su impacto en la sociedad con el fin de dar a conocer el producto y que sea de fácil acceso.

Referencias

- (s.f.). Obtenido de Colombia Decreta:, E. L. C. (s/f). POR MEDIO DEL CUAL SE IMPULSA EL EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA. Ctfassets.net. Recuperado el 26 de abril de 2024, de <https://assets.ctfassets.net/n1ptkpqt763u/17h6xY1siwzuV99eFmyeK2/2912c994383019a89643c685a0c16701/ley-2069>
- (ICONTEC), I. C. (s.f.). Obtenido de <https://tienex.co/media/b096d37fcddee87a1f193271978cc2965.pdf>
- Actualicese . (12 de Enero de 2024). *Este fue el IPC 2023 en Colombia - Actualícese*. Obtenido de <https://actualicese.com/ipc-2023-en-colombia/>
- Actualicese. (2018). Permisos y certificados necesarios para poner en funcionamiento un establecimiento de comercio. <https://actualicese.com/permisos-y-certificados-necesarios-para-poner-en-funcionamiento-un-establecimiento-de-comercio/>. Obtenido de <https://actualicese.com/permisos-y-certificados-necesarios-para-poner-en-funcionamiento-un-establecimiento-de-comercio/>
- Avance Juridico Casa Editorial Ltda. (20 de 02 de 2024). *Avance Juridico Casa Editorial Ltda., Senado de la República de Colombia*. Obtenido de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_sustantivo_trabajo.html
- AYALA, M. J. (2012). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ARTICULOS EN CUERO PARA DAMAS Y CABALLEROS EN PASTO E IPIALES – NARIÑO*. Obtenido de PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y

COMERCIALIZADORA DE ARTICULOS EN CUERO PARA DAMAS Y CABALLEROS EN PASTO E IPIALES – NARIÑO: <https://docplayer.es/90508880-Plan-de-negocios-para-la-creacion-de-una-empresaproductora-y-comercializadora-de-articulos-en-cuero-para-damas-y-caballeros-en-pasto-e-ipiales-narino.html>

DANE - ICP *informaciòn técnica*. (11 de Julio de 2023). Obtenido de

<https://www.dane.gov.co/files/indicadores-ods/doc-ODS-DiaMundialdeLaPoblacion-jul2023.pdf>

DANE. (Septiembre de 2023). Boletín técnico. * ndice de precios al productor 2023*. Bogota, Colombia: <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/IPP/bol-IPP-sep2023.pdf>.

Obtenido de <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/IPP/bol-IPP-sep2023.pdf>

DANE. (Lunes de 13 de 2023). DANE. Obtenido de

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-informal-y-seguridad-social>

Dychter, V. (18 de Agosto de 2022). Obtenido de somohlala.com/makers/cambio-de-vida-dejo-su-trabajo-corporativo-para-disenar-delantales-de-cocina-sustentables-nid18082022

Economipedia. (s.f.). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/areas-funcionales-de-una-empresa.html>

Estadisticas, D. A. (31 de julio de 2023). *Indicadores de Mercado Laboral*. Obtenido de

<https://www.dane.gov.co/files/operaciones/GEIH/cp-GEIH-jun2023.pdf>

Hernandez, I. (06 de Febrero de 2021). Revista portafolio. Obtenido de

<https://www.portafolio.co/la-era-del-delantal-revista-portafolio-548903>

In, L. (24 de 05 de 2021). *Linked In*. Obtenido de Linked In:

[https://es.linkedin.com/pulse/normas-t%C3%A9cnicas-colombianas-en-confecci%C3%B3n-yulieth-guzm%C3%A0n-](https://es.linkedin.com/pulse/normas-t%C3%A9cnicas-colombianas-en-confecci%C3%B3n-yulieth-guzm%C3%A0n-informativa)

informativa, Í. r. (10 de Enero de 2020). Obtenido de <https://sumatec.co/impetu-red-informativa/consecuencias-de-la-falta-de-contabilidad-dentro-de-los-negocios/>

Jarast, N. (18 de Agosto de 2022). *OHLALA - MAKERS*. Obtenido de

<https://www.somosohlala.com/makers/cambio-de-vida-dejo-su-trabajo-corporativo-para-disenar-delantales-de-cocina-sustentables-nid18082022>

Ley 1258 de 2008 - Gestor Normativo. (s.f.). *Función Pública*. Obtenido de

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=34130#:~:text=Cualquier%20sociedad%20podr%C3%A1n%20transformarse%20en,totalidad%20de%20las%20acciones%20suscritas.>

MINISTERIO DE COMERCIO, I. Y. (29 de 06 de 2007). *Ministerio de comercio, industria y turismo*. Obtenido de Ministerio de comercio, insdustria y turismo:

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/66543ed6-93bf-473f-a8d7-a93b20caa46d/Resolucion-1264-del-26-de-junio-de-2007-Por-la-cua.aspx>

PINILLA, J. (13 de MARZO de 2023). *LR LA REPUBLICA*. Obtenido de

<https://www.larepublica.co/alta-gerencia/los-tres-factores-que-aumentan-el-fracaso-de-los-emprendedores-en-colombia-2846985>

PLANEACIÓN, D. N. (s.f.). Obtenido de

<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/PublishingImages/Planeacion-y-desarrollo/2024/marzo/pdf/informe-mercado-laboral-enero-2024.pdf>

PORTAFOLIO, R. (06 de Febrero de 2021). *Revista portafolio*. Obtenido de

<https://www.portafolio.co/la-era-del-delantal-revista-portafolio-548903>

Presidencia de la Republica. (Julio de 2023). *Inflación sigue cediendo y llega a 11,78% en julio*

de 2023, de acuerdo con lo informado por el DANE. Obtenido de Inflación sigue

cediendo y llega a 11,78% en julio de 2023, de acuerdo con lo informado por el DANE:

[https://petro.presidencia.gov.co/prensa/Paginas/Inflacion-sigue-cediendo-y-llega-a-11-](https://petro.presidencia.gov.co/prensa/Paginas/Inflacion-sigue-cediendo-y-llega-a-11-78-en-julio-de-2023-de-acuerdo-con-lo-230809.aspx)

[78-en-julio-de-2023-de-acuerdo-con-lo-230809.aspx](https://petro.presidencia.gov.co/prensa/Paginas/Inflacion-sigue-cediendo-y-llega-a-11-78-en-julio-de-2023-de-acuerdo-con-lo-230809.aspx)

S.C, A. e. (s.f.). *Asesoría económica & marketing S.C* . Obtenido de

https://www.corporacionaem.com/tools/calc_muestras.php

SOCIAL, M. D. (s.f.). Obtenido de

https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/ley%200009%20de%201979.pdf

social, M. d. (22 de JULIO de 2013). *RESOLUCION 2674 DE 2013*. Obtenido de FOMAN:

[https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-](https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-2674-de-2013.pdf)

[2674-de-2013.pdf](https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-2674-de-2013.pdf)

SOCIAL, M. D. (24 de 01 de 2024). *MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL*.

Obtenido de MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL:

https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/ley%200009%20de%201979.pdf

TRABAJO, C. S. (s.f.). Obtenido de

<https://www.ilo.org/dyn/travail/docs/1539/CodigoSustantivodelTrabajoColombia.pdf>

VARGAS, D. C. (2017). *FORMULACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA EL DISEÑO, CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNIFORMES DE TRABAJO PARA*

RESTAURANTES, SERVICIOS SOCIALES Y DE SALUD EN LA CIUDAD DE SOGAMOSO. Obtenido de FORMULACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA EL DISEÑO, CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNIFORMES DE TRABAJO PARA RESTAURANTES, SERVICIOS SOCIALES Y DE SALUD EN LA CIUDAD DE SOGAMOSO.: <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/handle/001/1921/TGT-643.pdf;jsessionid=18B3861529FD4DC690EFCB709803F497?sequence=1>

Vásquez, J. A. (ABRIL de 2013). *PLAN DE NEGOCIO PARA UNA EMPRESA DE TEXTILES TIPICOS Y BORDADOS A MANO DEL MUNICIPIO DE SAN PEDRO LA LAGUNA, SOLOLA.* Obtenido de PLAN DE NEGOCIO PARA UNA EMPRESA DE TEXTILES TIPICOS Y BORDADOS A MANO DEL MUNICIPIO DE SAN PEDRO LA LAGUNA, SOLOLA: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/06/06_3435.pdf

Anexo A

Modelo encuesta:

Facultad de ciencias administrativas y contables
Programa de contaduría pública.
Octavo semestre – Jornada nocturna.

Espacio académico: Metodología de investigación.
Investigador: Valeria Andrade Bustamante.
Dirigido a: Propietarios y Administradores de Restuarantes



Plan De Negocio Para La Creación De La Empresa “Alana Confecciones” En La Ciudad De Pasto.

Objetivo: La siguiente encuesta ha sido diseñada para la creación de un plan de negocios llamado “Alana Confecciones” dedicado a la fabricación y comercialización personalizada de delantales y filipinas, con el fin de conocer la viabilidad, factibilidad y la aceptación del proyecto en el mercado.

Selecciona la respuesta que considere pertinente para las siguientes preguntas.

1. ¿Considera usted necesario el uso del delantal en sus tareas dentro de su puesto de trabajo (restaurantes)?
 - a. Es necesario.
 - b. No es necesario.

2. ¿Adquiere delantales para su personal de trabajo?
Si___
No___

3. ¿Adquiere filipinas para el personal de cocina (cheff)?
Si___
No___

4. ¿Con que frecuencia compra delantales para sus actividades laborales?
 - a. Mensualmente
 - b. Cada dos (2) meses.
 - c. Cada tres (3) meses.
 - d. Cada cuatro (4) meses.
 - e. Mayor a cuatro (4) meses.

5. ¿Cuántos delantales entrega a su personal en cada dotación?

- a. Un (1) delantal.
 - b. Dos (2) delantales.
 - c. Tres (3) delantales.
 - d. Cuatro (4) delantales.
 - e. Mas de cuatro (4) delantales.
6. ¿Cuántas filipinas entrega a su personal en cada dotación?
- f. Una (1) filipina.
 - g. Dos (2) filipinas.
 - h. Tres (3) filipinas.
 - i. Cuatro (4) filipinas.
 - j. Mas de cuatro (4) filipinas.
7. ¿Considera innovadoras las filipinas para uso de su puesto de trabajo?
- Si___
- No___
8. ¿Considera usted que el producto “Filipinas” da una imagen presentable e higiénica en su puesto de trabajo?
- a. El personal se ve con muy buena presentación personal.
 - b. El personal se ve con buena presentación personal.
 - c. El personal no se ve con tan buena presentación personal.
 - d. El personal se ve con muy mala presentación personal.
9. ¿Le gustan los diseños de delantales que le ofrece “Alana confecciones”?
- Si ___
- No___

10. ¿Adquiriría usted delantales de “Alana confecciones”?

Si ___

No___

11. ¿Adquiriría usted filipinas de “Alana confecciones”?

Si ___

No___

12. ¿Le cambiaría usted algo al producto?

Si ___

No___

13. ¿Le añadiría usted algo al producto?

Si ___

No___

14. Considera que la calidad de la tela anti-fluido es:

a. Excelente.

b. Buena.

c. Regular.

d. Mala.

e. Indiferente.

15. ¿Qué otro tipo de tela considera usted se debería elaborar el delantal?

a. Gabardina.

b. Borus.

c. Mezclilla.

d. Atenas.

- 16.** ¿Qué otro tipo de tela considera usted se debería elaborar la filipina?
- a. Gabardina.
 - b. Borus.
 - c. Mezclilla.
 - d. Atenas.
- 17.** ¿Personalizaría usted su delantal?
- a. Si personalizaría el delantal.
 - b. Tal vez personalizaría el delantal.
 - c. No personalizaría el delantal.
 - d. No me parece relevante personalizar un delantal.
- 18.** ¿Considera innovadora la personalización de su delantal?
- a. Me parece muy innovadora la propuesta.
 - b. Me parece normal la propuesta.
 - c. Me parece muy común la propuesta.
 - d. No me parece común la propuesta.
- 19.** ¿Recomendaría usted el producto que ofrece “Alana confecciones”?
- a. Por supuesto que lo recomendaría.
 - b. Si lo recomendaría.
 - c. Tal vez lo recomendaría.
 - d. No lo recomendaría.
- 20.** Sí “Alana confecciones” le ofrece promociones por la compra de delantales y filipinas,
¿Los compraría?
- a. Si los compraría.

- b. Tal vez los compraría.
- c. No los compraría.

21. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un delantal?

- a. \$15.000.
- b. Entre \$20.000 a \$25.000.
- c. Entre \$30.000 a \$35.000.
- d. Más de \$35.000

22. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una filipina?

- a. \$110.000.
- b. Entre \$115.000 a \$120.000.
- c. Entre \$125.000 a \$130.000.
- d. Más de \$135.000.

 <p>UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN</p>	CARTA DE ENTREGA TRABAJO DE GRADO O TRABAJO DE APLICACIÓN – ASESOR(A)	CÓDIGO: AAC-BL-FR-032
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

San Juan de Pasto, 6 de septiembre de 2024

Biblioteca
REMIGIO FIORE FORTEZZA OFM. CAP.
Universidad
CESMAG Pasto


Saludo de paz y bien.

Por medio de la presente se hace entrega del Trabajo de Grado / Trabajo de Aplicación denominado **PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA “ALANA CONFECCIONES” EN LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO**, presentado por los autores, **VALERIA ANDRADE BUSTAMANTE y JHON JAIRO YANDAR RINCONES**, del Programa Académico **CONTADURÍA PÚBLICA** al correo electrónico biblioteca.trabajosdegrado@unicesmag.edu.co. Manifiesto como asesor(a), que su contenido, resumen, anexos y formato PDF cumple con las especificaciones de calidad, guía de presentación de Trabajos de Grado o de Aplicación, establecidos por la Universidad CESMAG, por lo tanto, se solicita el paz y salvo respectivo.

Atentamente,




DIANA GICELA VILLOTA ORTEGA
C.C 27090031
Contaduría Pública
3206818809
dgvillota@unicesmag.edu.co

 UNIVERSIDAD CESMAG <small>NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN</small>	AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: AAC-BL-FR-031
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

INFORMACIÓN DEL (LOS) AUTOR(ES)	
Nombres y apellidos del autor: Valeria Andrade Bustamante	Documento de identidad: 1085345694
Correo electrónico: Vandrade0105@gmail.com	Número de contacto: 3222902752
Nombres y apellidos del autor: Jhon Jairo Yandar Rincones	Documento de identidad: 1192766835
Correo electrónico: jjyandar.6835@unicesmag.edu.co	Número de contacto: 3186856448
Nombres y apellidos del autor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Nombres y apellidos del autor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Nombres y apellidos del asesor: Diana Gicela Villota Ortega	Documento de identidad: 27090031
Correo electrónico: dgvillota@unicesmag.edu.co	Número de contacto: 3206818809
Título del trabajo de grado: PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA "ALANA CONFECCIONES" EN LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO	
Facultad y Programa Académico: Facultad de Ciencias Administrativas y Contables Programa Contaduría Pública	

En mi (nuestra) calidad de autor(es) y/o titular (es) del derecho de autor del Trabajo de Grado o de Aplicación señalado en el encabezado, confiero (conferimos) a la Universidad CESMAG una licencia no exclusiva, limitada y gratuita, para la inclusión del trabajo de grado en el repositorio institucional. Por consiguiente, el alcance de la licencia que se otorga a través del presente documento, abarca las siguientes características:

- a) La autorización se otorga desde la fecha de suscripción del presente documento y durante todo el término en el que el (los) firmante(s) del presente documento conserve (mos) la titularidad de los derechos patrimoniales de autor. En el evento en el que deje (mos) de tener la titularidad de los derechos patrimoniales sobre el Trabajo de Grado o de Aplicación, me (nos) comprometo (comprometemos) a informar de manera inmediata sobre dicha situación a la Universidad CESMAG. Por consiguiente, hasta que no exista comunicación escrita de mi(nuestra) parte informando sobre dicha situación, la Universidad CESMAG se encontrará debidamente habilitada para continuar con la publicación del Trabajo de Grado o de Aplicación dentro del repositorio institucional. Conozco(conocemos) que esta autorización podrá revocarse en cualquier momento, siempre y cuando se eleve la solicitud por escrito para dicho fin ante la Universidad CESMAG. En estos eventos, la Universidad CESMAG cuenta con el plazo de un mes después de recibida la petición, para desmarcar la visualización del Trabajo de Grado o de Aplicación del repositorio institucional.

 UNIVERSIDAD CESMAG <small>NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN</small>	AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: AAC-BL-FR-031
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022


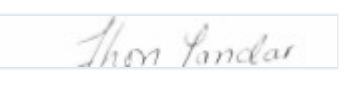

- b) Se autoriza a la Universidad CESMAG para publicar el Trabajo de Grado o de Aplicación en formato digital y teniendo en cuenta que uno de los medios de publicación del repositorio institucional es el internet, acepto(amos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación circulará con un alcance mundial.
- c) Acepto (aceptamos) que la autorización que se otorga a través del presente documento se realiza a título gratuito, por lo tanto, renuncio(amos) a recibir emolumento alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y/o cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente autorización y de la licencia o programa a través del cual sea publicado el Trabajo de grado o de Aplicación.
- d) Manifiesto (manifestamos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación es original realizado sin violar o usurpar derechos de autor de terceros y que ostento(amos) los derechos patrimoniales de autor sobre la misma. Por consiguiente, asumo(asumimos) toda la responsabilidad sobre su contenido ante la Universidad CESMAG y frente a terceros, manteniéndose indemne de cualquier reclamación que surja en virtud de la misma. En todo caso, la Universidad CESMAG se compromete a indicar siempre la autoría del escrito incluyendo nombre de(los) autor(es) y la fecha de publicación.
- e) Autorizo(autorizamos) a la Universidad CESMAG para incluir el Trabajo de Grado o de Aplicación en los índices y buscadores que se estimen necesarios para promover su difusión. Así mismo autorizo (autorizamos) a la Universidad CESMAG para que pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

NOTA: En los eventos en los que el trabajo de grado o de aplicación haya sido trabajado con el apoyo o patrocinio de una agencia, organización o cualquier otra entidad diferente a la Universidad CESMAG. Como autor(es) garantizo(amos) que he(hemos) cumplido con los derechos y obligaciones asumidos con dicha entidad y como consecuencia de ello dejo(dejamos) constancia que la autorización que se concede a través del presente escrito no interfiere ni transgrede derechos de terceros.

Como consecuencia de lo anterior, autorizo(autorizamos) la publicación, difusión, consulta y uso del Trabajo de Grado o de Aplicación por parte de la Universidad CESMAG y sus usuarios así:

- Permiso(permitimos) que mi(nuestro) Trabajo de Grado o de Aplicación haga parte del catálogo de colección del repositorio digital de la Universidad CESMAG por lo tanto, su contenido será de acceso abierto donde podrá ser consultado, descargado y compartido con otras personas, siempre que se reconozca su autoría o reconocimiento con fines no comerciales.

En señal de conformidad, se suscribe este documento en San Juan de Pasto a los 25 días del mes de noviembre del año 2022

Valeria Andrade Bustamante	Jhon Jairo Yandar Rincones
Nombre del autor:	Nombre del autor:
	
Firma del autor	Firma del autor
Nombre del autor:	Nombre del autor:
	
Nombre del asesor: DIANA GICELA VILLOTA ORTEGA	