



**INFORME DE CREACIÓN DE UNA EMPRESA FABRICADORA DE  
ROPA FEMENINA CRAES**

Autores

Brayan Hernando Novoa Perdomo

Cristian David Ayala Martínez

Jhony Esteban Rincón Vega

Alix Gaffaro

Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano

Ingeniería Industrial

Bogotá D.C., Colombia

2023

## Contenido

Lista de figuras .....	3
Lista de tablas .....	4
Introducción .....	5
Resumen .....	6
Formulación y definición del problema o de la necesidad .....	7
Objetivos.....	8
General: .....	8
Específicos.....	8
Estructura organizacional .....	12
Descripción del producto y envase .....	13
Misión.....	14
Visión.....	14
Diseño del método de trabajo .....	15
Proyección financiera .....	24
Estructura Organizacional .....	27
Bibliografía.....	34

## Lista de figuras

Figura 1, Logotipo empresa CRAES.....	12
Figura 2, Imagen de producto terminado top blanco.....	13
Figura 3, Cursograma analítico top para dama.....	20
Figura 4, Diagrama de recorrido.....	21
Figura 5, Matriz DOFA.....	21
Figura 6, Matriz de posicionamiento calidad vs precio.....	22
Figura 7, Matriz de posicionamiento ventas vs devoluciones.....	23
Figura 8, Identificación de recursos físicos.....	24
Figura 9, Clasificación de costos.....	24
Figura 10, Definición de cargos y sueldos.....	24
Figura 11, Deducciones.....	25
Figura 12, Cálculo de deducciones salariales.....	25
Figura 13, Presupuesto inversión inicial.....	26
Figura 14, Provisión para seis meses.....	26

## Lista de tablas

Tabla 1, Marco referencial	9
Tabla 2, Toma de tiempos	16
Tabla 3, Determinación de tiempo normal	17
Tabla 4, Determinación de tiempo estándar.	18

## **Introducción**

Teniendo en cuenta que una de las necesidades principales del ser humano es vestirse y en un pro de apoyar el libre desarrollo de la personalidad, acomodándose a las tendencias propuestas en la sociedad actual generamos esta idea de negocio que busca diseñar, confeccionar, promover y proveer diseños en tendencia y con estilo moderno manteniéndonos a la vanguardia de la moda a precios competitivos en la industria colombiana.

Aprovechando el decreto 2598 de 2022 el cual establece “El gobierno ha lanzado un decreto que aumenta los aranceles del sector de confecciones y textiles a 40%. Con esto, ropa importada como trajes, pantalones y faldas sufrirán incrementos de precios.” (La república, 2022) e impulsando el desarrollo de nuevas marcas o empresas que se encarguen de abastecer a la ciudad o a sus clientes de ropa con diseños a la vanguardia con precios competitivos, buscando generar economía y ahorro en los clientes desarrollamos esta idea de negocio llamada CRAES.

Como lo dice el presidente Gustavo Petro: “Este arancel a la importación de confecciones permitirá que pueda dispararse la industria de confecciones de Colombia”. Buscando satisfacer un nicho y en pro de hacer que las mujeres resalten en la sociedad con prendas a la moda, creamos este proyecto de negocio: confeccionadora de ropa femenina con distribución en tiendas físicas y virtuales que permitan así ampliar el panorama de comercio, con prendas económicas, de calidad y en tendencia, incentivando con nuestro canal virtual el desarrollo del comercio TIC y entendiendo que las mujeres prefieren comprar por canales electrónicos-virtuales (TIC, 2020) establecemos los dos canales para facilitar, ampliar y mejorar el comercio de nuestra propuesta.

## **Resumen**

El presente proyecto busca crear y estructurar una empresa dedicada a la fabricación de una línea de ropa femenina utilizando mano de obra e insumos colombianos de calidad, garantizando productos con buena presentación, acabados y costura ejemplar que sean muestra del esfuerzo para determinar y estandarizar los procesos que se realizan para la creación de estos, materiales de calidad y a precios económicos, que se pueda comercializar en cantidades mayoristas junto con la distribución y logística que permite el canal digital para ventas al detal.

## **Formulación y definición del problema o de la necesidad**

CRAES es una empresa que se encargará de la fabricación y distribución de una línea de ropa femenina la cual estará enfocada principalmente en la producción de tops y busos que permitirán que las damas puedan suplir la necesidad universal de vestirse junto con la ventaja de vestir prendas que se encuentren a la vanguardia de la moda. Creando un sistema de producción, análisis de insumos y tiempos junto con la logística necesaria para el desarrollo de actividades que sean de utilidad para la fabricación de tales prendas, analizando la viabilidad de distribución ya sea de ventas mayoristas en centros mayoristas o la venta al detal a través de canales digitales como lo pueden ser las redes sociales.

La cámara de comercio dice: “La categoría de vestuario en Latinoamérica representó 45,6 miles de millones de dólares en 2020, valor que disminuyó en 28 % en 2020 frente a 2019. Las principales ventas de vestuario en 2020 corresponden a jeans (21 %), ropa interior (17 %), tops (14 %), y camisetas y blusas (10 %)” ((CCB)); esto, junto con el decreto 2598 de 2022, abren la puerta para que se cree CRAES.

## **Objetivos**

### **General:**

Presentar una idea de negocio mediante la elaboración de un estudio de organización y métodos para el producto CRAES.

### **Específicos:**

- Investigar el proceso de elaboración de un top femenino para CRAES.
- Establece la estructura organizacional del plan de negocio de CRAES.
- Diseñar el método de trabajo más rápido y eficiente de elaboración de CRAES.
- Calcular el presupuesto Inicial del proyecto de CRAES.
- Crear la idea de negocio de CRAES.

## Marco referencial

**Tabla 1**

*Tabla 1, Marco referencial*

IDENTIFICACIÓN	OBJETIVO GENERAL	CATEGORÍAS/PALABRAS CLAVES	METODOLOGÍA INSTRUMENTOS RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	RESULTADOS
<a href="https://repositorio.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9436/tesis525.pdf;jsessionid=1D89FF0C27F60F5221A8F8B106F18408?sequence=1">https://repositorio.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9436/tesis525.pdf;jsessionid=1D89FF0C27F60F5221A8F8B106F18408?sequence=1</a>	<p>Desarrollar un plan de negocios para la creación de una boutique de prendas de vestir a la medida para mujeres jóvenes, en la ciudad de Bogotá.</p>	<p>Cadena productiva, balanza comercial, análisis de mercadeo, tendencias económicas, barreras de ingresos.</p>	<p>Está compuesto por cuatro módulos estratégicos: mercadeo, producción, organización y finanzas. Su formato y su orden son propuestos por la institución que ha elegido el equipo de trabajo para ser su fuente de financiación o apoyo. Este incluye un Plan Operativo en el que se detallan las actividades que se realizarán al iniciar su ejecución. Cada uno de los módulos estratégicos deben ser vistos como un todo, no como partes separadas e inconexas. En otras palabras, en torno a la idea de negocio se plasman estrategias empresariales de mercadeo, producción, financiación, inversión y organización</p>	<p>El desarrollo de este proyecto es viable, ya que suple una necesidad del mercado, lo cual se ve reflejado en los resultados de la encuesta aplicada. Además, el manejo de maquilas por outsourcing hace que no se requiera un capital inicial demasiado alto, permitiendo flexibilidad y disponibilidad al cambio</p>
<a href="https://repositorio.ecci.edu.co/bitstream/handle/001/1596/Informe%20de%20seminario.pdf?sequence=1&amp;isAllowed=y">https://repositorio.ecci.edu.co/bitstream/handle/001/1596/Informe%20de%20seminario.pdf?sequence=1&amp;isAllowed=y</a>	<p>Modificar y ampliar nuestras perspectivas, generando estrategias y objetivos claros, que nos permiten cumplir las expectativas de los socios, contribuyendo</p>	<p>Neuromarketing, análisis del entorno, los sentidos, percepción, sentidos, herramientas, reflejos, sensaciones, colores, música,</p>	<p>Como metodología de trabajo, identificamos el objetivo a desarrollar como es el de diseñar una estrategia aplicando la ciencia del Neuromarketing, analizando el entorno a través de los sentidos para el mejoramiento de la percepción,</p>	<p>La tienda Koaj, maneja exhibiciones marcadas por su temática, la sobriedad, fondos sin color y saturación de iluminación, refleja una propuesta de un mercado extranjero que en Colombia podría ser innovador, pero no muy aceptado, ya que los</p>

	<p>paralelamente con el desarrollo de nuestros grupos de interés, en el marco de la política corporativa, lo que implica hacer partícipes a todos nuestros colaboradores para hacer realidad el valor de la sostenibilidad.</p>	<p>estrategia, sentimientos, presentación, marca, apariencia, stan, presentación, muestra y Koaj</p>	<p>posicionamiento y reconocimiento de la marca Koaj.</p>	<p>transeúntes y posibles clientes, pasan por el frente y no se detienen por algo llamativo o que logre atraerlos con solo la exhibición visual</p>
<p><a href="https://repositorio.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/42272/ja_fuentesgo.pdf?sequence=1">https://repositorio.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/42272/ja_fuentesgo.pdf?sequence=1</a></p>	<p>Identificar, a partir de la revisión bibliográfica y los modelos aplicados en la disciplina de estudio, la red de la cadena de suministro, estructuras, procesos logísticos etc., implementados en la empresa textil Lafayette; presentando, desde su análisis, propuestas estratégicas de mejora en la administración de su cadena de suministros, orientados en la optimización del abastecimiento, producción, almacenamiento y distribución de mercancías.</p>	<p>APICS –SCOR, Management y Logística, Ensamblaje Origen de los insumos, Herramientas , Materiales logística, Distribución, Ordenes Perfectas</p>	<p>El anterior instrumento se aplicó de forma global y minuciosa dentro del área de inventarios en la textilería Lafayette, se aplicó a 11 personas que conforman los cargos más importantes dentro de esta área, dándonos resultados muy contundentes de cómo se desarrolla los procesos inherentes a la gestión y procesos de inventario. Este instrumento nos permite ver que la administración de los inventarios en Textiles Lafayette se fundamenta en un complejo sistema de información, este a su vez no solo permite Inspeccionar, intervenir y controlar toda la información de los distintos indicadores importantes para la toma de decisiones, sino que además controla y registra todos y cada uno de los saldos de los diferentes tipos de</p>	<p>Realiza un estudio exhaustivo con el fin de definir las buenas prácticas en la gestión logística para obtener resultados favorables al momento de planear y producir eventos tipo concierto.</p>

			<p>inventarios con los que cuenta en la actualidad textiles Lafayette donde es despachado l requerimiento, llevar un inventario organizado permite al área comercial identificar de manera más rápida si el producto solicitado por el cliente está disponible y en qué parte, la documentación digitalizada del proceso agiliza la logística de entrega de producto y minimiza las fallas que se pueda presentar al tener en línea el proceso de cada pedido se puede identificar los retrasos y fallas a tiempo para poder arreglar en el menor tiempo posible, una vez entregado el producto se archiva en los servidores la información y será de gran ayuda si se llega a presentar algún reclamo cambio o recompra del cliente la consulta estará en línea para mejor desempeño.</p>	
--	--	--	--	--

## Estructura organizacional

### Logotipo:

Se usa tipografía con serifa para dar una intensión de elegancia y estilo mientras que se usa una imagen de una mujer evocando que el nicho de la marca son las mujeres.

### Figura 1

*Figura 1, Logotipo empresa CRAES.*



### **Descripción del producto y envase:**

- **Descripción:** Top femenino en algodón de licra.
- **Envase:** el empaquetado final se presentará dependiendo de la cantidad a vender, el producto en venta al mayor se empaquetará en bolsas grandes con los productos organizados, mientras que la venta al detal se empaqueta en bolsas de tela antifluido.

### **Figura 2**

*Figura 2, Imagen de producto terminado top blanco*



## **Misión**

Crear líneas textiles innovadoras y sobresalientes enfocados en el arte femenino, donde lidera la relación entre calidad, precio y confort.

## **Visión**

La visión de CRAES para 2026 es producir prendas que sean comparables a los estándares internacionales, orientados al cliente y competitivos a nivel mundial a través de una mejor calidad, la última tecnología y la innovación continua.

## **Diseño del método de trabajo**

### **Tiempo estándar para CRAES.**

Se realiza el proceso de creación del tiempo estándar para CRAES teniendo en cuenta que se trata de un sistema de producción lineal para el producto “Top femenino” en el cual se encuentra que este producto se fabrica mediante los siguientes procesos.

1. Alistamiento de la tela
2. Corte
3. Confección hombro izquierdo
4. Confección cuello
5. Confección hombro derecho
6. Confección de sesgo en mangas
7. Cierre de laterales
8. Contorno de dobladillo
9. Remate (Calidad)
10. Planchado
11. Empaquetado

Para la fabricación de un lote de 400 Tops es importante tener en cuenta que los procesos alistamiento de la tela y corte, son procesos que se realizan por lote (se realiza un alistamiento de todos los materiales y se hace un corte completo de todo el tendido de tela), mientras que el resto de los procesos se realizan de forma individual, es decir, de producto por producto.

Gracias a esto se entiende que el tiempo medio del alistamiento para cada top está dado por la siguiente fórmula:

$$400 \text{ tops} * \frac{1 \text{ hora}}{60 \text{ minutos}} * \frac{1 \text{ minuto}}{60 \text{ segundos}} = 0,11 \text{ segundos } x \text{ top}$$

Presupuestando una hora para el alistamiento de las telas y descontando el 12% de tolerancia, este valor por prenda se encuentra en un tiempo medio de 0,10 segundos.

El corte del tendido está entregado por la fórmula:

$$400 \text{ tops} * \frac{1 \text{ hora}}{120 \text{ minutos}} * \frac{1 \text{ minuto}}{60 \text{ segundos}} = 0,06 \text{ segundos } x \text{ top}$$

El corte se encuentra presupuestado para ser ejecutado en un tiempo de 2 horas y descontando el 12% de la tolerancia, contamos con un tiempo medio de 0,05 segundos por prenda.

Gracias a la experiencia, se crea una tabla de tiempos medios en la cual se describen los procesos que se ocupan al momento de realizar un top.

## Tabla 2

Tabla 2, Toma de tiempos

Proceso	Tiempo medio [segundos]
Alistamiento de la tela	0,10
Corte	0,05
Confección hombro izquierdo	24,29
Confección cuello	48,58
Confección hombro derecho	59,66
Confección de sesgo en mangas	65,47

Cierre de laterales	237,07
Contorno de dobladillo	111,94
Remate (calidad)	73,39
Planchado	124,08
Empaquetado	80,78
Tiempo total	825,4106667

Definiendo el factor de tiempo acorde a las experiencias se determina la siguiente tabla con los tiempos normales.

**Tabla 3**

*Tabla 3, Determinación de tiempo normal*

Proceso	Tiempo medio [Segundos]	Factor de tiempo	Tiempo normal [Segundos]
Alistamiento de la tela	0,10	1	0,0977777778
Corte	0,05	1	0,0488888889
Confección hombro izquierdo	24,29	0,9	21,8592
Confección cuello	48,58	0,9	43,7184
Confección hombro derecho	59,66	0,9	53,6976
Confección de sesgo en mangas	65,47	0,9	58,9248
Cierre de laterales	237,07	0,9	213,3648

Contorno de dobladillo	111,94	0,9	100,7424
Remate (Calidad)	73,39	0,9	66,0528
Planchado	124,08	0,9	111,672
Empaquetado	80,78	0,9	72,7056
Tiempo total	825,4106667		742,8842667

Se definen las tolerancias presentadas en el espacio de trabajo como:

- Necesidades personales 5%
- Fatiga 4%
- Posturas anormales ocasionales 2%

Tolerancia total 11%

Se realiza el cálculo de los tiempos estándar utilizando la fórmula:

$$TE = TN(1 + tolerancia)$$

Teniendo como resultado que:

#### Tabla 4

Tabla 4, Determinación de tiempo estándar.

Proceso	Tiempo medio [Segundos]	Tolerancia	Tiempo estándar [Segundos]	Tiempo estándar [Minutos]
Alistamiento de la tela	0,10	11%	0,11	0,00
Corte	0,05	11%	0,05	0,00
Confección hombro izquierdo	24,29	11%	24,26	0,40

Confección cuello	48,58	11%	48,53	0,81
Confección hombro derecho	59,66	11%	59,60	0,99
Confección de sesgo en mangas	65,47	11%	65,41	1,09
Cierre de laterales	237,07	11%	236,83	3,95
Contorno de dobladillo	111,94	11%	111,82	1,86
Remate (Calidad)	73,39	11%	73,32	1,22
Planchado	124,08	11%	123,96	2,07
Empaquetado	80,78	11%	80,70	1,35
Tiempo total	825,4106667		824,60	13,74

Finalmente se concluye que el tiempo estándar para la fabricación de un top en CRAES es de 13,74 minutos.

## Cursograma analítico del proceso.

**Figura 3**

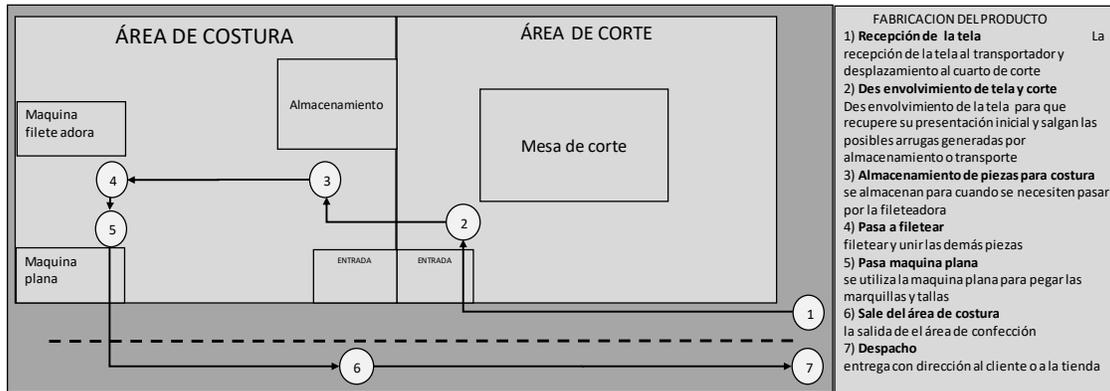
Figura 3, Cursograma analítico top para dama

Cursograma analítico top femenino					operario /material / equipo						
Diagrama #	10001	hoja	1	de	2	Resumen	Actual	Propuesta	Economía		
Producto	TOP PARA DAMA					Actividad					
						Operación	12,521				
Inspección	1,222										
Actividad	CONFECCIÓN					Espera					
						Transporte					
Método	COSTURA					Almacenamiento					
						Distancia (m)					
Lugar	TALLER DE CONFECCIÓN					Tiempo(s)	13,743				
						Costo					
Operario		CARLOS LOPEZ		Ficha #	525	Mano de obra					
Aprobado por		JULIANA GAZON		Fecha	20/03/2023	Material					
Elaborado por		JUANA RODRIGUEZ				Total					
#	Descripción del Proceso			Distancia (m)	Tiempo (min)	Actividad				Observaciones	
1	Alistar tela				0,002	X					
2	Cortar tela				0,001	X					
3	Confeccionar hombro izquierdo				0,404	X					
4	Confeccionar cuello				0,809	X					
5	Confeccionar hombro derecho				0,993	X					
6	Confeccionar de sesgo en mangas				1,090	X					
7	Cerrar laterales				3,947	X					
8	Realizar contorno de dobladillo				1,864	X					
9	Verificar calidad				1,222	X	X				
10	Planchar				2,066	X					
11	Empacar				1,345	X					
	Tiempo total				13,743						

## Diagrama de recorrido

**Figura 4**

Figura 4, Diagrama de recorrido.



## Matriz DOFA

**Figura 5**

Figura 5, Matriz DOFA.

MATRIZ DOFA	
DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Representación en el mercado.</li> <li>2. Poca presencia en los diferentes mercados.</li> <li>3. Posibles fallos de internet.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Entrar en un nicho de mercado nuevo.</li> <li>2. Tener nuevas propuestas de moda.</li> <li>3. Precios asequibles.</li> <li>4. Marketing en diferentes redes sociales.</li> </ol>
FORTALEZAS	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Productos con calidad.</li> <li>2. Innovación en diseños.</li> <li>3. Presencia al alcance de un click.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Poca reconocimiento frente a las demás empresas.</li> <li>2. Poca variedad de productos.</li> <li>3. Poca demanda en comparación a la competencia.</li> </ol>

## Matriz de posicionamiento y análisis

### Figura 6

Figura 6, Matriz de posicionamiento calidad vs precio



Se evidencia según la matriz de posicionamiento evaluada en calidad vs precio, se entiende que la calidad de CRAES planea ser una calidad ajustada al presupuesto y sus costos haciendo que sean prendas de buena costura con buenos precios.

## Figura 7

Figura 7, Matriz de posicionamiento ventas vs devoluciones



En la matriz de Posicionamiento (Canales de Venta/Ventas), CRAES se encuentra dentro un en desarrollo y crecimiento con respecto a las Unidades vendidas y canales de ventas con respecto a las demás empresas

## Proyección financiera

Definición de recursos físicos.

### Figura 8

Figura 8, Identificación de recursos físicos

IDENTIFICACIÓN Y CONSECUCIÓN DE LOS RECURSOS FISICOS						
ARTÍCULO	CLASIFICACIÓN	No. UNIDAD	VALOR UNIDAD	VALOR TOTAL	TIEMPO DE DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL
Maquina plana	Activos Fijos	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	120	\$10.000,0
Fileteadora	Activos Fijos	1	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	120	\$15.000,0
Collarin	Activos Fijos	1	\$ 3.100.000	\$ 3.100.000	120	\$25.833,3
Cortadora de Tela 2 pulgadas	Activos Fijos	1	\$ 350.000	\$ 350.000	120	\$2.916,7
Tijeras	Activos Fijos	1	\$ 4.000	\$ 4.000	10	\$400,0
Bisturi	Activos Fijos	1	\$ 3.000	\$ 3.000	10	\$300,0
Sillas	Activos Fijos	1	\$ 80.000	\$ 80.000	120	\$666,7
Mesas	Activos Fijos	1	\$ 200.000	\$ 200.000	120	\$1.666,7
<b>TOTALES</b>			<b>\$ 6.737.000</b>	<b>\$ 6.737.000</b>		<b>\$56.783,3</b>

## Clasificación de costos

### Figura 9

Figura 9, Clasificación de costos.

Erogación	Función		Clasificación			Comportamiento		Identificabilidad		Monto esperado	
	Costo	Gasto	Mat. Directo	MOD	CIF	Fijo	Variable	Directo	Indirecto	Unitario	Total
Materia prima	x		x				x	x			x
Mano de obra	x			x		x		x			x
Arriendo o impuestos	x		x			x			x	x	
Electricidad	x		x			x			x		x
Gatos y Utilidades del área ad		x	x				x				
Mantenimiento de maquinas	x		x				x		x		x
Logística	x		x			x			x		x

## Nómina

### Figura 10

Figura 10, Definición de cargos y sueldos.

CARGO	NOMBRE DEL EMPLEADO	SUELDO BASICO	DIAS LIQUIDADOS	DEVENGADO				TOTAL DEVENGADO	DEDUCCIONES					TOTAL DEDUCCIONES	NETO PAGADO	
				BASICO	AUXILIO DE TRANSPORTE	HORAS EXTRAS	COMISIONES		SALUD	PENSION	FONDO DE EMPLEADOS	RETENCION EN LA FUENTE SI APLICA	OTRAS DEDUCCIONES			
COSTURA		\$ 1.000.000	30	\$ 1.000.000	\$ 160.000			\$ 1.160.000	\$ 40.000	\$ 40.000					\$ 80.000	\$ 1.080.000
COSTURA		\$ 1.000.000	30	\$ 1.000.000	\$ 160.000			\$ 1.160.000	\$ 40.000	\$ 40.000					\$ 80.000	\$ 1.080.000
CORTE		\$ 1.000.000	30	\$ 1.000.000	\$ 160.000			\$ 1.160.000	\$ 40.000	\$ 40.000					\$ 80.000	\$ 1.080.000
LOGISTICA		\$ 1.000.000	30	\$ 1.000.000	\$ 160.000			\$ 1.160.000	\$ 40.000	\$ 40.000					\$ 80.000	\$ 1.080.000
DISEÑADOR		\$ 1.000.000	30	\$ 1.000.000	\$ 160.000			\$ 1.160.000	\$ 98.600	\$ 139.200					\$ 237.800	\$ 922.200
								\$ 0	\$ 0	\$ 0					\$ 0	\$ 0
								\$ 0	\$ 0	\$ 0					\$ 0	\$ 0
								\$ 0	\$ 0	\$ 0					\$ 0	\$ 0
								\$ 0	\$ 0	\$ 0					\$ 0	\$ 0
								\$ 0	\$ 0	\$ 0					\$ 0	\$ 0
<b>TOTALES</b>	<b>TOTALES</b>	<b>\$ 5.000.000</b>		<b>\$ 5.000.000</b>	<b>\$ 800.000</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 5.800.000</b>	<b>\$ 258.600</b>	<b>\$ 299.200</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 557.800</b>	<b>\$ 5.242.200</b>	

**Figura 11***Figura 11, Deducciones.*

<b>TOTAL DEVENGADO</b>	
Salario Minimo=	\$ 1.000.000
Auxilio de Transporte=	\$ 160.000
<b>PAGOS PARAFISCALES</b>	
SENA=	2,00%
ICBF=	3,00%
CAJA DE COMPENSACION=	4,00%
	<b>9,00%</b>
<b>CARGAS PRESTACIONALES</b>	
CESANTIA=	8,33%
PRIMA DE SERVICIOS=	8,33%
VACACIONES=	4,17%
INT S/CESANTIAS=	1,00%
<b>INISTRADORA DE RIESGOS PROFESIONALES</b>	
Administradora de Riesgos Profesionales=	0,522%

**Figura 12***Figura 12, Cálculo de deducciones salariales.*

Aportes Parafiscales	Valor	Otras Apropiaaciones	Valor
Salud	\$ 425.000	Cesantia	\$ 483.333
Pensión	\$ 600.000	Int S/Cesantia	\$ 4.833
Riesgos Profesionales	\$ 26.100	Prima de Servicios	\$ 483.333
ICBF	\$ 150.000	Vacaciones	\$ 208.333
SENA	\$ 100.000		
Caja de Compensación Familiar - Subsidio Familiar	\$ 200.000		
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 1.501.100</b>	<b>Subtotal</b>	<b>\$ 1.179.833</b>

## Presupuesto inicial

### Figura 13

Figura 13, Presupuesto inversión inicial.

INVERSION INICIAL	
ITEM	VALOR
Gastos de Constitucion	\$ 400.000
Muebles y Enseres	\$ 1.000.000
Maquinas	\$ 6.500.000
Materia Prima	\$ 200.000
<b>Total</b>	<b>\$ 8.100.000</b>

### Figura 14

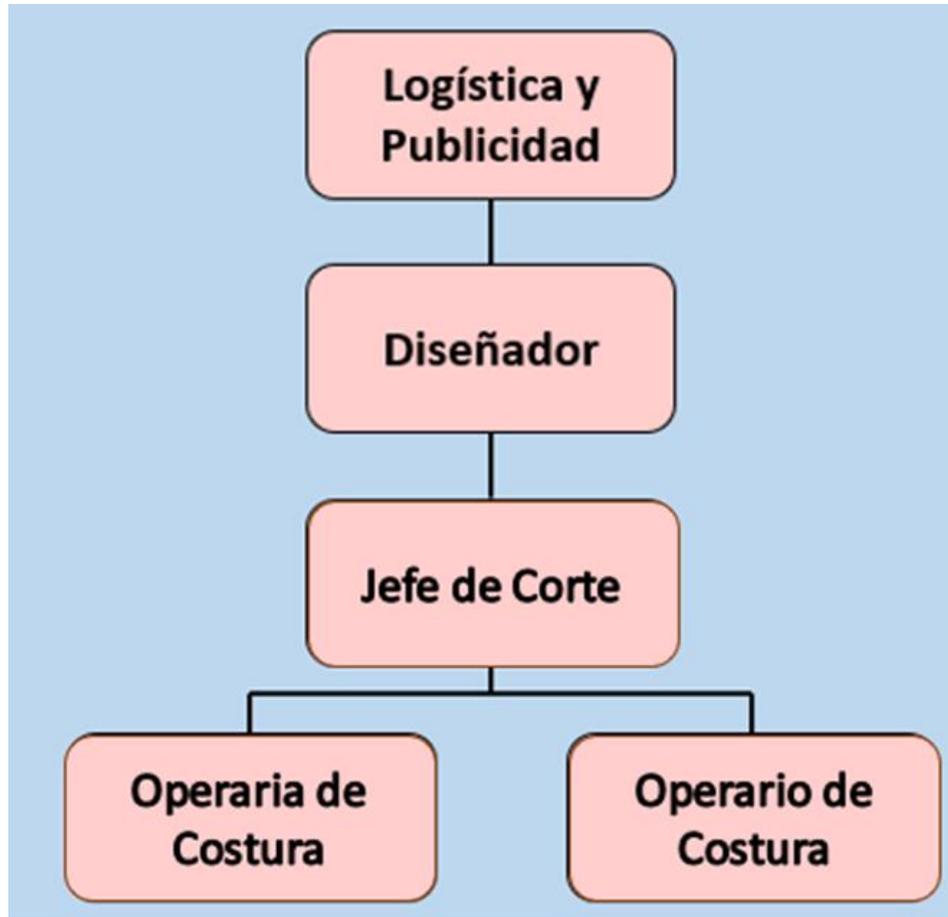
Figura 14, Provisión para seis meses.

PROVISIÓN POR 6 MESES	
Nomina	\$ 34.800.000
Servicios	\$ 1.200.000
Gastos Varios	\$ 600.000
<b>Total</b>	<b>\$ 36.600.000</b>
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>\$ 44.700.000</b>

## Estructura Organizacional

Figura 15

*Figura 15, Estructura Organizacion*



## Modelo Plan de trabajo

Figura 16,



## **Método de Trabajo**

El presente proyecto es descriptivo con enfoque mixto, busca crear y estructurar una empresa dedicada a la fabricación de una línea de ropa femenina utilizando mano de obra e insumos colombianos de calidad, garantizando productos con buena presentación, acabados y costura ejemplar que sean muestra del esfuerzo para determinar y estandarizar los procesos que se realizan para la creación de estos, materiales de calidad y a precios económicos, que se pueda comercializar en cantidades mayoristas junto con la distribución y logística que permite el canal digital para ventas al detal.

## Pronostico de Ventas y Ecuación de Regresión Líneal.

Figura, Analisis y conclusión Pronostico a 6 años

PASO 1					
Años	x (años)	y (cantidad ventas x Unidad)	X*Y	X*X	N (Número de Años)
2023	1	59501	59501	1	6
2024	2	59515	119030	4	
2025	3	60101	180303	9	
2026	4	60820	243280	16	
2027	5	61265	306325	25	
2028	6	62525	375150	36	
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>		<b>363727</b>	<b>1283589</b>	<b>91</b>

<b>ANALISIS Y CONCLUSION:</b>	El total de producto vendido se pronostica para el año 2028 es de 62730,067
-------------------------------	---

PASO 2)						
<b>B</b>	7701534	-	7638267	=	63267	602,54286
	546	-	441	=	105	

PASO 3)						
<b>A</b>	60621.167	-	2108.9	=		58512.267

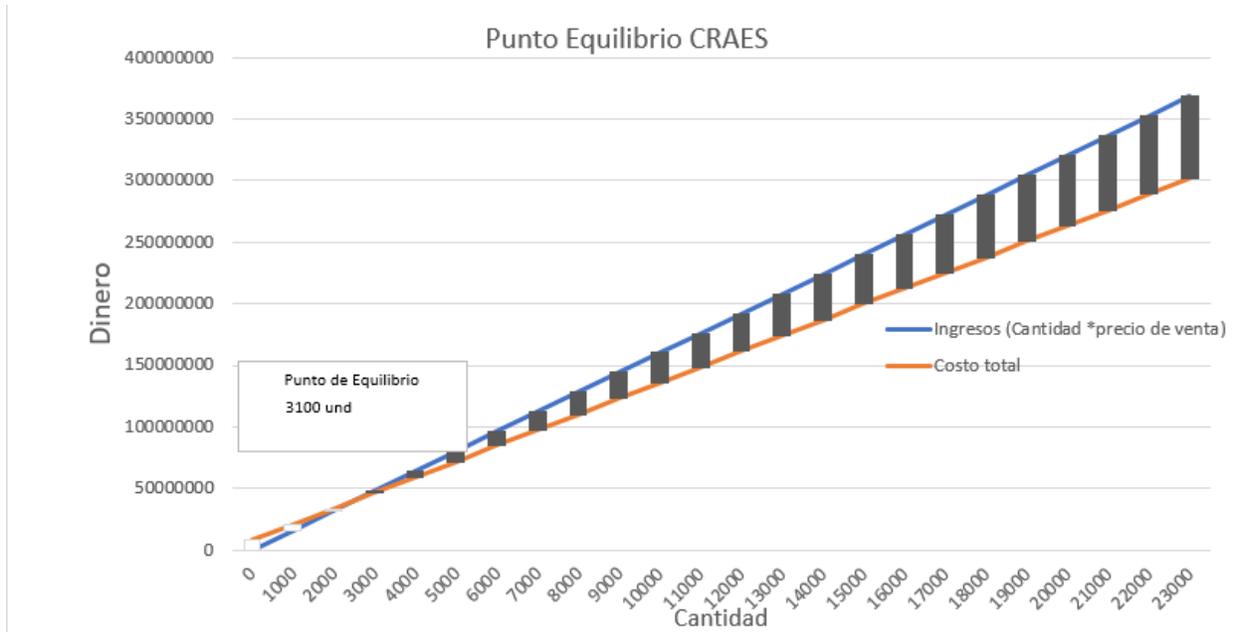
  

	<b>PASO 4)</b>	<b>Y</b>	<b>62730,067</b>
--	----------------	----------	------------------

Figura, Regresión Líneal



## Punto De Equilibrio



A través del punto de equilibrio podemos evidenciar las grandes posibilidades de crecimiento económico que podría ofrecer la idea de negocio Craes, permitiéndonos conseguir el punto de equilibrio en un corto plazo de unidades vendidas (3100und), teniendo ganancias significativas para el crecimiento de la compañía.

## Conclusiones

- Se realizó un análisis respectivo al impacto que podría generar la idea de negocio Craes sobre el mercado, el cual resultó bastante positivo por los ingresos que puede generar, y permitirá abastecer la necesidad del mercado en prendas como los tops y blusas femeninas
- Será un producto llamativo para la audiencia mercantil por su gran variedad de combinaciones que permite realizar este tipo de prendas al ser colores clásicos y de estilos modernos.

## **Recomendaciones**

- Se recomienda realizar una publicidad más llamativa que permita dar a conocer al público esta nueva compañía, ya que este punto será un criterio determinante en el crecimiento de la compañía.

## Bibliografía

- (CCB), C. d. (s.f.). *Tendencias de consumo: Vestuario en Latinoamérica*. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Clusteres/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Noticias/2021/Mayo/Tendencias-de-consumo-Vestuario-en-Latinoamerica>
- 16, F. (s.f.). *Modelo Plan de Trabajo*.
- Alarcón, J., Camargo, C., & Paz, A. (03 de 2016). *ANÁLISIS DEL ENTORNO A PARTIR DE LOS SENTIDOS (NEUROMARKETING)*. Obtenido de <https://repositorio.ecci.edu.co/bitstream/handle/001/1596/Informe%20de%20seminario.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Brrera, E., Petudjfgu, s., & ddfad, d. (S.F. de mayo de 2014). *ABJAFuoFGIPAEHOYJK'PO*. Obtenido de <https://tesis.ipn.mx/jspui/bitstream/123456789/14050/1/INVERNADERO%20INTELIGENTE.pdf>
- Figura 16 Modelo Plan de Trabajo. (s.f.). *Figura 16 Modelo Plan de Trabajo*. Figura 16 Modelo Plan de Trabajo.
- Figura 16, F. 1. (s.f.). *Figura 16*,. Figura 16 Modelo Plan de Trabajo: Figura 16, Modelo Plan de Trabajo. Obtenido de Figura 16 Modelo Plan de Trabajo
- Gamboa, M. (2009). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA BOUTIQUE DE ROPA*. Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9436/tesis525.pdf;jsessionid=1D89FF0C27F60F5221A8F8B106F18408?sequence=1>
- LÓPEZ, E. E. (28 de 12 de 2022). *LaRepública*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/el-gobierno-emite-decreto-que-aumenta-hasta-40-el-arancel-para-la-ropa-importada-3516485>
- Mejores precios para la ropa, la apuesta del sector textil en Colombia con la que se busca aumentar las ventas*. (20 de 01 de 2023). Obtenido de Semana: <https://www.semana.com/finanzas/trabajo-y-educacion/articulo/mejores-precios-para-la-ropa-la-apuesta-de-sector-textil-en-colombia-con-la-que-se-busca-aumentar-las-ventas/202300/>
- Ministerio Comercio, I. y. (23 de 12 de 2022). *Decreto 2598 de 2022*. Obtenido de <https://img.lalr.co/cms/2022/12/28153438/DECRETO-2598-DEL-23-DE-DICIEMBRE-DE-2022.pd-1.pdf>
- TIC, M. (10 de 03 de 2020). *Ministerio TIC*. Obtenido de <https://www.mintic.gov.co/porta/inicio/Sala-de-prensa/Noticias/126100:Moda-y-recreacion-lo-que-mas-compran-en-linea-las-mujeres>
- Trabajo, F. 1. (s.f.). *Figura 16 Modelo Plan de Trabajo*.
- Zamudio, C., Reyes, H., Fuentes, J., Garzón, V., & Carreño, Y. (08 de 2021). *Propuesta en (SC) Management y Logística en la empresa Textiles Lafayette S.A*. Obtenido de <https://repositorio.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/42272/jafuentesgo.pdf?sequence=1>

