

**Creación de una empresa dedicada al diseño y confección de ropa casual exclusiva
para niños en el municipio de Sahagún.**

Autores:

Andrea Pérez Herrera

Tatiana Rosso Alvarado

Director:

Leonardo Díaz Pertuz

Universidad de Córdoba

Facultad ciencias económicas, jurídicas y administrativas

Administración en finanzas y negocios internacionales

Sahagún – Córdoba

2020

**Creación de una empresa dedicada al diseño y confección de ropa casual exclusiva
para niños en el municipio de Sahagún.**

Autores:

Andrea Pérez Herrera

Tatiana Rosso Alvarado

Proyecto de creación de empresa para optar el título de
Administrador en finanzas y negocios internacionales

Director:

Leonardo Díaz Pertuz

Universidad de Córdoba

Facultad ciencias económicas, jurídicas y administrativas

Administración en finanzas y negocios internacionales

Sahagún – Córdoba

2020

Agradecimientos

La gloria siempre será otorgada a mi padre celestial, quien me ha dado la fortaleza, disciplina, perseverancia, resistencia y sabiduría durante todo el proceso académico hasta llegar a este nivel, donde me encuentro. A mis padres Demetria Alvarado Oyola y Robinson Rosso Rosso, y a mi familia en general, quienes siempre me brindaron su apoyo, acompañamiento y amor en mi preparación como profesional, creyendo en mi potencial como estudiante y enseñándome valores y principios para ser cada día mejor persona. A la Universidad de Córdoba, por representar esa institución de calidad y excelencia que me ha forjado durante todos estos años como una buena profesional a través de sus procesos de enseñanza, disciplina y exigencias, haciendo que siempre saque lo mejor de mí como alumna. Con todos estaré eternamente agradecida.

Tatiana Rosso Alvarado

Dedicatoria

Dedico este logro primeramente a Dios, por ser mi sustento cada día y brindarme la sabiduría para llegar a este peldaño tan importante en mi vida.

A mi familia especialmente a mi madre Lenis Herrera por ser ese apoyo incondicional, una madre ejemplar y una luchadora incansable por sacarme adelante, a mis abuelos, tíos, primos y novio, este es el resultado del esfuerzo y apoyo de cada uno de ustedes, por lo cual les dedico este título. ¡Los amo!

Andrea Pérez Herrera

Tabla de contenido

Introducción	17
Resumen ejecutivo	19
1. Referente teórico y conceptual.....	22
1.1 Referente teórico.....	22
1.1.1 Creación de empresas	22
1.1.2 La evolución de la moda infantil	26
1.2 Referente conceptual.....	28
2. Módulo de mercado	30
2.1 Producto	30
2.1.1 Características técnicas	31
2.1.2 Usos.....	33
2.1.3 Beneficios	33
2.1.4 Productos sustitutos	33
2.1.5 Productos complementarios	34
2.2 Consumidor final	34
2.2.1 Segmentación de mercado	34
2.2.2 Características socioculturales	35
2.3 Delimitación área geográfica	36

2.4 Análisis de demanda	36
2.4.1 Diseño Muestral	36
2.4.2 Validación del instrumento	37
2.4.3 Calculo de la demanda actual	37
2.4.4 Proyección de la demanda	41
2.5 Analisis de la oferta	42
2.5.1 Calculo de la oferta actual	42
2.5.2 Proyección de la oferta.....	43
2.6 Analisis de precios	44
2.7 Canales de comercialización.....	45
2.8 Imagen del producto	45
2.9 Estrategia de publicidad.....	46
3. Módulos técnico y organizacional	47
3.1 Tamaño del proyecto.....	47
3.2 Localización	50
3.2.1 Macrolocalización.....	50
3.2.2 Microlocalización	52
3.3 Distribución en planta.....	53
3.4 Proceso de producción	55

3.5 Naturaleza Jurídica.....	57
3.6 Misión	59
3.7 Visión.....	59
3.8 Organigrama	60
3.9 Manual de funciones	61
4. Módulos de impacto social, económico y ambiental	71
5. Modulo financiero.....	75
5.1 Inversiones fijas	75
5.2 Inversiones diferidas	77
5.3 Inversiones en capital de trabajo.....	77
5.4 Distribución de costos.....	88
5.5 Punto de equilibrio.....	89
5.6 Capital de trabajo	93
5.7 Flujo neto de inversión.....	96
5.8 Proyecciones financieras.....	97
5.9 Flujo neto de operación.....	102
5.10 Flujo neto del plan de negocios	103
5.11 Evaluación financiera: VPN, TIR, RB/C.....	104
6. Fuentes de financiamiento	105

7. Conclusiones.....	106
8. Recomendaciones	108
9. Bibliografía	109

Lista de Tablas

Tabla 1: <i>Especificaciones técnicas según los conjuntos 1,2,3,4</i>	31
Tabla 2: <i>Especificaciones técnicas según el conjunto 5</i>	31
Tabla 3: <i>Especificaciones técnicas según los conjuntos 6,7,8,9</i>	32
Tabla 4: <i>Especificaciones técnicas según los conjuntos 10,11</i>	32
Tabla 5: <i>Datos para el cálculo de la demanda</i>	38
Tabla 6: <i>Frecuencia y Cantidad de consumo.</i>	39
Tabla 7: <i>Cálculo de la demanda</i>	40
Tabla 8: <i>Proyección de la demanda Actual</i>	42
Tabla 9: <i>Datos de las empresas</i>	42
Tabla 10: <i>Proyección de la Oferta actual</i>	43
Tabla 11: <i>Tipo de Demanda</i>	44
Tabla 12: <i>Comparación de precios</i>	44
Tabla 13: <i>Tamaño de producción de los diseños</i>	47
Tabla 14: <i>Tamaño de producción: Horas anuales - mano de obra</i>	48
Tabla 15: <i>Tamaño de producción por horas, según los tipos de conjuntos</i>	48
Tabla 16: <i>Tamaño de producción diaria</i>	49
Tabla 17: <i>Tamaño de producción según los conjuntos</i>	49

Tabla 18: <i>Macrolocalización</i>	51
Tabla 19: <i>Microlocalización</i>	52
Tabla 20: <i>Área física</i>	54
Tabla 21: <i>Manual de funciones del gerente</i>	61
Tabla 22: <i>Manual de funciones de la secretaria general</i>	62
Tabla 23: <i>Manual de funciones del contador</i>	63
Tabla 24: <i>Manual de funciones del diseñador</i>	64
Tabla 25: <i>Manual de funciones de las operarias</i>	65
Tabla 26: <i>Manual de funciones del jefe de producción</i>	66
Tabla 27: <i>Manual de funciones del operario de control de calidad</i>	67
Tabla 28: <i>Manual de funciones del auxiliar de bodega</i>	68
Tabla 29: <i>Manual de funciones del auxiliar de aseo y oficios varios</i>	69
Tabla 30: <i>Manual de funciones del representante de ventas</i>	70
Tabla 31: <i>Maquinaria y equipo</i>	75
Tabla 32: <i>Muebles y enseres</i>	76
Tabla 33: <i>Gastos en activos tangibles</i>	77
Tabla 34: <i>Costo de mano de obra de primer año de operación</i>	77
Tabla 35: <i>Costo de materiales (conjunto 1) primer año de operación</i>	78
Tabla 36: <i>Costo de materiales (conjunto 2) primer año de operación</i>	78

Tabla 37: <i>Costo de materiales (conjunto 3) primer año de operación</i>	79
Tabla 38: <i>Costo de materiales (conjunto 4) primer año de operación</i>	80
Tabla 39: <i>Costo de materiales (conjunto 5) primer año de operación</i>	80
Tabla 40: <i>Costo de materiales (conjunto 6) primer año de operación</i>	81
Tabla 41: <i>Costo de materiales (conjunto 7) primer año de operación</i>	81
Tabla 42: <i>Costo de materiales (conjunto 8) primer año de operación</i>	82
Tabla 43: <i>Costo de materiales (conjunto 9) primer año de operación</i>	82
Tabla 44: <i>Costo de materiales (conjunto 10) primer año de operación</i>	83
Tabla 45: <i>Costo de materiales (conjunto 11) primer año de operación</i>	84
Tabla 46: <i>Costo de servicios</i>	84
Tabla 47: <i>Gastos por depreciación</i>	85
Tabla 48: <i>Remuneración personal administrativo</i>	86
Tabla 49: <i>Otros gastos administrativos</i>	86
Tabla 50: <i>Gastos de venta</i>	87
Tabla 51: <i>Amortización de gastos diferidos</i>	87
Tabla 52: <i>Distribución de costos</i>	88
Tabla 53: <i>Programa de inversión fija del proyecto</i>	93
Tabla 54: <i>Calculo del capital de trabajo</i>	94
Tabla 55: <i>Inversión en capital de trabajo</i>	94

Tabla 56: <i>Programa de inversión</i>	95
Tabla 57: <i>Valor residual de activos</i>	95
Tabla 58: <i>Flujo neto de inversión</i>	96
Tabla 59: <i>Ingreso por producto</i>	97
Tabla 60: <i>Presupuesto por ingreso</i>	98
Tabla 61: <i>presupuesto de costos de producción</i>	99
Tabla 62: <i>Presupuesto de gastos de administración</i>	100
Tabla 63: <i>Presupuesto gasto de venta</i>	100
Tabla 64: <i>presupuesto de costos operacionales</i>	101
Tabla 65: <i>Flujo neto de operación</i>	101
Tabla 66: <i>Flujo neto del plan de negocios</i>	102
Tabla 67: <i>Valor presente neto</i>	103
Tabla 68: <i>Tasa interna de retorno</i>	103
Tabla 69: <i>Razón beneficio costo</i>	104
Tabla 70: <i>Matriz de validación 1</i>	115
Tabla 71: <i>Matriz de validación 2</i>	122
Tabla 72: <i>Estrato</i>	131
Tabla 73: <i>¿Tiene usted hijos entre los 2 a 14 años?</i>	132
Tabla 74: <i>¿Cuántos hijos tiene?</i>	134

Tabla 75: <i>El género de su(s) hijo(s) es:</i>	135
Tabla 76: <i>¿Ha comprado conjuntos de prendas de vestir para niños, niñas o preadolescentes entre los 2 a 14 años con el fin de regalarlo?</i>	137
Tabla 77: <i>¿Con que frecuencia compra usted conjuntos de prendas de vestir para niños, niñas o preadolescentes entre los (2 a 14 años)?</i>	139
Tabla 78: <i>¿Qué cantidad adquiere usted de conjuntos de prendas de vestir para niños, niñas o preadolescentes entre los (2 a 14 años)?</i>	141
Tabla 79: <i>¿Cuánto invierte usted, cuando compra conjuntos de prendas de vestir a sus niños, niñas o preadolescentes entre los (2 a 14 años)?</i>	143
Tabla 80: <i>¿Qué estilo de conjunto de prendas de vestir infantil o para preadolescentes entre los (2 a 14 años) suele comprar?</i>	144
Tabla 81: <i>¿Dónde compra usualmente los conjuntos de prendas de vestir infantil o para preadolescentes entre los (2 a 14 años)?</i>	146
Tabla 82: <i>¿Qué característica tiene en cuenta al momento de comprar conjuntos de prendas de vestir infantil o para preadolescentes entre los (2 a 14 años)?</i>	148
Tabla 83: <i>Cuándo realiza compras de conjuntos de prendas de vestir infantil o para preadolescentes entre los (2 a 14 años) efectúa el pago por medio de:</i>	150
Tabla 84: <i>En la escala del 1 al 5 que calificación le da usted a la ropa infantil que se vende en el municipio de Sahagún</i>	152
Tabla 85: <i>¿Por qué medio le gustaría recibir información de nuestros productos?</i>	154

Tabla 86: <i>Considera usted que hace falta en el municipio de Sahagún una boutique infantil donde se ofrezcan diseños exclusivos y de calidad para los niños, niñas y preadolescentes entre los (2 a 14 años) del municipio de Sahagún</i>	155
---	-----

Lista de Figuras

Figura 1: <i>Logo de la empresa</i>	45
Figura 2: <i>Distribución de la planta</i>	53
Figura 3: <i>Diagrama del proceso de producción</i>	55
Figura 4: <i>Organigrama</i>	60
Figura 5: <i>Representación gráfica del flujo neto del proyecto</i>	102
Figura 6: <i>Estrato</i>	131
Figura 7: <i>¿Tiene usted hijos entre los 2 a 14 años?</i>	133
Figura 8: <i>¿Cuántos hijos tiene?</i>	134
Figura 9: <i>El género de su(s) hijo(s) es:</i>	136
Figura 10: <i>¿Ha comprado conjuntos de prendas de vestir para niños, niñas o preadolescentes entre los 2 a 14 años con el fin de regalarlo?</i>	138
Figura 11: <i>¿Con que frecuencia compra usted conjuntos de prendas de vestir para niños, niñas o preadolescentes entre los (2 a 14 años)?</i>	140
Figura 12: <i>¿Qué cantidad adquiere usted de conjuntos de prendas de vestir para niños, niñas o preadolescentes entre los (2 a 14 años)?</i>	142
Figura 13: <i>¿Cuánto invierte usted, cuando compra conjuntos de prendas de vestir a sus niños, niñas o preadolescentes entre los (2 a 14 años)?</i>	143

Figura 14: <i>¿Qué estilo de conjunto de prendas de vestir infantil o para preadolescentes entre los (2 a 14 años) suele comprar?</i>	145
Figura 15: <i>¿Dónde compra usualmente los conjuntos de prendas de vestir infantil o para preadolescentes entre los (2 a 14 años)?</i>	147
Figura 16: <i>¿Qué característica tiene en cuenta al momento de comprar conjuntos de prendas de vestir infantil o para preadolescentes entre los (2 a 14 años)?</i>	149
Figura 17: <i>Cuándo realiza compras de conjuntos de prendas de vestir infantil o para preadolescentes entre los (2 a 14 años) efectúa el pago por medio de:</i>	151
Figura 18: <i>En la escala del 1 al 5 que calificación le da usted a la ropa infantil que se vende en el municipio de Sahagún</i>	153
Figura 19: <i>¿Por qué medio le gustaría recibir información de nuestros productos?</i>	154
Figura 20: <i>Considera usted que hace falta en el municipio de Sahagún una boutique infantil donde se ofrezcan diseños exclusivos y de calidad para los niños, niñas y preadolescentes ente los (2 a 14 años) del municipio de Sahagún</i>	156

Lista de Anexos

Anexo 1: <i>Validación del instrumento de recolección</i>	114
Anexo 2: <i>Estudio de mercado</i>	126
Anexo 3: <i>Reglamento interno de trabajo</i>	157

Introducción

Hoy en día los pequeños están buscando verse cada vez más interesantes y atractivos, no son ajenos al boom de la moda y también desean verse hermosos y encantadores, por lo que se han vuelto consumidores exigentes que buscan marcar tendencia de la misma forma que los adultos. Tanto así que vemos pequeños desde los 8 años de edad empiezan a escoger sus propias prendas de vestir, influyendo así en la decisión de compra de sus padres. Por lo cual las empresas deben ver esta realidad como una excelente oportunidad de negocio y empezar entonces a estudiar aquellas estrategias que pueden ser idóneas para aprender a descubrir lo interesante y rentable que puede resultar el mercado de los niños, niñas y adolescentes y de esta manera comenzar a trabajar a fin de ofrecer productos mucho más competentes. Generalmente el tema de la moda, siempre se ha centrado más en los adultos, pero actualmente se observa que los pequeños también pueden empezar a tener peso en la moda y las exigencias hacia las empresas como consumidores cada vez aumentan más.

De acuerdo con (Ordoñez, 2017) la industria y negocio de la ropa infantil viene creciendo y avanzando cada vez más con las diferentes tecnologías intereses por la moda, la participación de diferentes países y la calidad de mano de obra que se brinda en el país han hecho de este sector algo muy interesante. Por lo anterior se afirma que el negocio de la confección de ropa infantil está empezando a pisar fuerte en los mercados, pues las empresas han tomado la iniciativa de centrarse en esta actividad en específico, para ofrecerles a los pequeños esa calidad, comodidad, variedad y estilo, que ellos necesitan.

Además emprender una tienda de ropa infantil puede ser una buena oportunidad de negocio, pues desde la infancia, los niños están en constante crecimiento. Considerando el hecho de que siempre están jugando y estropeando sus ropas, la renovación continua del armario queda siendo inevitable. Es por esto y más que el segmento de la moda infantil es bastante dinámico de alta demanda. (muchosnegociosrentables.com, 2020)

En el municipio de Sahagún se ha detectado una excelente oportunidad de negocio al analizar que carece de una empresa únicamente dedicada a la producción de ropa infantil con diseños exclusivos, se ha comprobado la necesidad que tienen tanto los niños, niñas y adolescentes como los padres de familia de contar con una empresa que les ofrezca productos diferentes capaz de satisfacer ampliamente sus necesidades al momento de querer vestir.

Resumen ejecutivo

La empresa AT KIDS S.A.S, domiciliada en el municipio de Sahagún Córdoba Colombia.

Se trata de una empresa dedicada al diseño y confección de ropa infantil, que busca ofrecer a sus clientes y consumidores la oportunidad de obtener un producto exclusivo de calidad, aportando a los niños esa seguridad, comodidad, estilo y distinción que necesitan y así poder llenar las expectativas de los padres al ofrecer prendas de vestir exclusivas para sus hijos.

En cuanto al producto la empresa ofrece 11 conjuntos de prendas de vestir, conformados de la siguiente manera.

Conjunto 1: Blusa con bolero+ Short

Conjunto 2: Blusa sin manga+ Capri

Conjunto 3: Camisa manga larga + Pantalón largo

Conjunto 4: Crop top + Falda corta

Conjunto 5: Blusa asimétrica+ Falda larga

Conjunto 6: Enterizo corto

Conjunto 7: Enterizo largo

Conjunto 8: Vestido corto

Conjunto 9: Vestido largo

Conjunto 10: Camisa $\frac{3}{4}$ + Bermuda

Conjunto 11: Camisa manga larga + Pantalón largo

Con respecto al precio para cada conjunto se dividirá de la siguiente forma en cuanto a sus características.

$$P_{vu} (\text{conjunto 1}) = \$107,821$$

$$P_{vu} (\text{conjunto 2}) = \$108,648$$

$$P_{vu} (\text{conjunto 3}) = \$117,231$$

$$P_{vu} (\text{conjunto 4}) = \$103,208$$

$$P_{vu} (\text{conjunto 5}) = \$111,339$$

$$P_{vu} (\text{conjunto 6}) = \$103,548$$

$$P_{vu} (\text{conjunto 7}) = \$107.364$$

$$P_{vu} (\text{conjunto 8}) = \$104.802$$

$$P_{vu} (\text{conjunto 9}) = \$112.118$$

$$P_{vu} (\text{conjunto 10}) = \$110.368$$

$$P_{vu} (\text{conjunto 11}) = \$117.912$$

La inversión total del plan de negocios equivale a **77.923.450**, por su parte, la inversión fija es de **46.795.330**. Así mismo se van a puntualizar los indicadores financieros más importantes a tener en cuenta para asumir claridad sobre la viabilidad y por supuesto rentabilidad del plan de negocios, los cuales son el VPN, que equivale a **13.343.802** la TIR de **26%** y la

relación costo beneficio que dice que por cada peso invertido se obtendrá **\$1,19** pesos. Por el estudio de los anteriores indicadores, se determina que la creación de la empresa resulta ser una excelente inversión.

1. Referente teórico y conceptual

1.1 Referente teórico

1.1.1 Creación de empresas

Según (Galán, 2020); una empresa es una organización de personas y recursos que buscan la consecución de un beneficio económico con el desarrollo de una actividad en particular. Esta unidad productiva puede contar con una sola persona y debe buscar el lucro y alcanzar una serie de objetivos marcados en su formación.

A menudo la creación o formación de empresas responde a la necesidad de cubrir un servicio o una necesidad en un entorno determinado y mediante el cual existe la posibilidad de salir beneficiado. Para ello, el emprendedor o el grupo de emprendedores reúne los recursos económicos y logísticos necesarios para poder afrontar dicho reto empresarial y cumplir los objetivos que se marquen y haciendo uso de los llamados factores productivos: trabajo, tierra y capital. (Galán, 2020)

1.1.1.1 Estudio de factibilidad. El estudio de factibilidad es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa pre-operativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto. Se formula con base en información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, apoyándose en él se tomará la decisión de proceder o no con su implementación. (Miranda, 2005)

1.1.1.2 Estudio de mercado. “A través del estudio de mercado, se analiza y observa un sector en concreto en el que la empresa quiere entrar a través de la producción de un bien o de la prestación de un servicio” (Galán, Estudio de mercado, 2020).

Según (QuestionPro, 2020): un estudio de mercado es el proceso mediante el cual realizamos la recolección y análisis de información que sirve para identificar las características de un mercado y comprender cómo funciona. Este proceso es vital para mantenerse al día con las tendencias, las expectativas y necesidades de los clientes, los cambios en la dinámica de la industria, etc.

1.1.1.3 Estudio Técnico y Organizacional. El estudio organizacional busca determinar la capacidad operativa de la organización dueña del proyecto con el fin de conocer y evaluar fortalezas y debilidades y definir la estructura de la organización para el manejo de las etapas de inversión, operación y mantenimiento. Es decir, para cada proyecto se deberá determinar la estructura organizacional acorde con los requerimientos que exija la ejecución del proyecto y la futura operación. (Webnode, 2020)

Según (Cabrera, 2020), el estudio técnico no es un estudio aislado ni tampoco se refiere exclusivamente a aspectos relacionadas con la producción del proyecto. Por el contrario, deberá tomar la información del estudio de mercado referente a necesidad de locales de venta y distribución para determinar la inversión en obra física respectiva. De igual forma deberá procederse respecto al estudio organizacional para el dimensionamiento y cuantificación de la inversión en oficinas, bodegas y accesos y otras inversiones de carácter administrativo gerencial.

1.1.1.4 Estudio Financiero. Según (Federico, 2020), el estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción.

El último elemento que conforma el estudio de factibilidad del mercado es el plan financiero. El objetivo es tener clara la cantidad de inversión que se necesita para comenzar un proyecto. Generalmente, existen gastos previos como compra de insumos, desarrollo de productos, gastos legales, etc. Al realizar un análisis podrás tener el control de los gastos indispensables para la operación. (QuestionPro, 2020)

1.1.1.5 Evaluación financiera. La evaluación financiera de proyectos tiene como objetivo identificar y valorar los costos y beneficios financieros asociados a determinados proyectos. Se realiza en proyectos privados, definiendo la estructura financiera y evaluando la capacidad de generar rentabilidad y flujo de caja del proyecto para sus inversionistas, logrando al final determinar la capacidad financiera del proyecto y la rentabilidad del capital invertido. (Grupogct, 2020)

1.1.1.6 Valor presente neto (VPN). El Valor Presente Neto (VPN) o Valor Actual Neto (VAN) es el método más conocido para evaluar proyectos de inversión a largo plazo, ya que permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: Maximizar la inversión. Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número

de flujos de caja futuros, originados por una inversión. En este artículo conoceremos qué es el valor presente neto y cómo calcularlo. (Maria Granel, 2020)

1.1.1.7 Tasa interna de retorno (TIR). La Tasa Interna de Retorno o TIR nos permite saber si es viable invertir en un determinado negocio, considerando otras opciones de inversión de menor riesgo. La TIR es un porcentaje que mide la viabilidad de un proyecto o empresa, determinando la rentabilidad de los cobros y pagos actualizados generados por una inversión. (Torres, 2020)

1.1.1.8 Relación beneficio costo (RB/C). La relación Beneficio-Coste (B/C) compara de forma directa los beneficios y los costes. Para calcular la relación (B/C), primero se halla la suma de los beneficios descontados, traídos al presente, y se divide sobre la suma de los costes también descontados.

Para una conclusión acerca de la viabilidad de un proyecto, bajo este enfoque, se debe tener en cuenta la comparación de la relación B/C hallada en comparación con 1, así tenemos lo siguiente:

$B/C > 1$ indica que los beneficios superan los costes, por consiguiente, el proyecto debe ser considerado.

$B/C=1$ Aquí no hay ganancias, pues los beneficios son iguales a los costes.

$B/C < 1$, muestra que los costes son mayores que los beneficios, no se debe considerar. (Leyton, 2020)

1.1.2 La evolución de la moda infantil

Cuando hablamos de moda infantil a través de los tiempos, nos encontramos con mayores cambios en las últimas décadas. Las tendencias forman parte de nuestra vida. Como puedes ver, en la actualidad, los pequeños están arreglados conforme a su personalidad. Esto era inaudito si miramos al pasado, donde era incluso difícil distinguir el sexo de los pequeños. Solo alcanzando una corta edad se diferenciaban los niños de las niñas. (Escueladesarts, 2019)

1.1.2.1 Los primeros indicios de la moda en la infancia. En realidad, no existen muchos indicios de la moda hasta el siglo XVII. Pues antes de eso, todo humano cubría sus partes íntimas con pieles de animales; ya indicios un poco más recientes nos cuentan como los pequeños del antiguo Egipto usaban taparrabos, independientemente de su sexo y en Grecia todos portaban una túnica de lino. (Escueladesarts, 2019)

Al llegar a la edad media, definir el tipo de vestimenta infantil. Durante el medievo la media de vida era muy corta, solamente existe constancia de jóvenes en torno a los 13 años en adelante y en este caso se sabe que ya adoptaban los hábitos de vestir de los mayores. Por medio de las pinturas se puede observar la forma de vestir de los pequeños que pertenecían a familias adineradas. El terciopelo entra en el terreno de la moda en lo que se refiere a las niñas, pero se puede advertir la parcialidad al cubrir el cuerpo. (Escueladesarts, 2019)

1.1.2.2 Indicios claros de la moda infantil a partir del siglo XVII. A partir de este siglo se centraron más en aumentar la libertad de movimiento de los niños y niñas. Esto hizo que

surgiera un estilo de moda infantil diferente. A partir de esto ya comienzan a distinguirse más los cambios con respecto a los siglos pasados. Sin embargo, aún no se podía hablar de comodidad pues, pues todavía demasiados pequeños pasaban a ser una ligera representación de sus padres. Así entonces los varones con la copia del traje de sus padres, pero en general todos llevaban corpiños, para que mantuvieran una postura erguida. El color blanco fue muy representativo de los menores, debido al símbolo de pureza. (Escueladesarts, 2019)

Llegado el siglo XIX el boom de la moda infantil fue marcado por el estilo marinero, que fue apto tanto en niñas como en niños. Pero a mediados del siglo, la niña aparece con falda que llega a sus rodillas y el uso de medias veladas. Los niños usaban pantalón largo, aunque con el tiempo se introduciría el corto. (Escueladesarts, 2019)

1.1.2.3 El siglo XX y el cambio de la moda infantil. Hasta el fin de la primera década del siglo XX, triunfó el estilo marinero entre los pequeños, se había convertido en la vestimenta más solicitada por los colegios, por su elegancia. Los sombreros en las niñas empiezas a sustituirse por cintas en el cabello. Las medias van quedando atrás, por calcetines hasta las rodillas. Durante la década de los 30 se aprecia una evolución aún mayor de la moda. Se inicia una moda que perdura en la actualidad. Se observan niños vestidos de blanco, específicamente de marineros durante su primera comunión. (Escueladesarts, 2019)

El bordado empieza a convertirse en un recurso bastante positivo, llegando a causar furor en la moda infantil y adulta europea, a partir de los años sesenta. Los niños verán la oportunidad de vestir acerca de sus prendas vestir, ya empezando a elegir entre varias opciones. (Escueladesarts, 2019)

1.1.2.4 De los 80 a la actualidad. Los padres empiezan a ver gran cantidad de prendas con las que vestir a sus hijos. No se pierden los modelos conservadores, dando la opción por algo más desenfadado. Este nuevo siglo, el actual siglo XXI, está lleno de pasarelas de prestigio, dedicándole un enorme espacio a la moda infantil. Las prendas de diseño para los más pequeños ya son un hecho, aunque las tendencias son muy variopintas y de este siglo en adelante es cuando se introducirán las tendencias. (Escueladesarts, 2019)

1.2 Referente conceptual

En esta parte se tendrán en cuenta los conceptos referentes con el proyecto y que fundamentan la idea de negocio:

- **Diseño:** El diseño de moda es la aplicación de los principios del arte y el diseño a las prendas de ropa que las personas utilizan. La moda es diseñada teniendo en cuenta el contexto cultural, social, el tiempo y el lugar donde son creados y utilizados. (Anáhuac Mayab, 2020)
- **Confección:** Tiene su origen en el vocablo latino confecito, es un término que se refiere a la acción de preparar o hacer determinadas cosas a partir de una mezcla o de una combinación de otras. Es posible en este sentido confeccionar prendas de ropa. (Definición.de, 2020)
- **Ropa casual:** Es algo vinculado a la casualidad; la ropa casual es la ropa informal, es decir aquella que se utiliza en contextos que no exigen el respeto de un código de vestimenta formal. A la hora de escoger ropa casual para vestirse, por lo tanto una persona no se ata a criterios rígidos de elegancia. (Definición.de, 2020)

- **Exclusivo:** El término también se utiliza para nombrar a lo que resulta único (y que, por lo tanto, excluye a cualquier otro de su clase). (Definición.de, 2020)
- **Popelina:** Es una tela comúnmente utilizada para fabricar camisas y blusas casuales, vestidos infantiles, entre otros. Es una tela ligera, fresca y muy cómoda gracias a que tiene spandex y se ajusta al cuerpo de la persona. (Acropolis textil, 2020)
- **Drill:** Es una tela de algodón, semejante a la mezclilla. Se caracteriza por su firmeza, siendo ideal para uso de telas industriales. (Dsigno, 2018)
- **Conjunto:** También conocido como Outfit, que es una palabra en inglés que significa, vestimenta, ropa o conjunto, que hace referencia a los atuendos utilizados para vestir en distintas eventualidades. (Significados, 2020)
- **Calidad:** Cuando una prenda de vestir es de calidad es porque cumple con unos mínimos que llevan a disfrutar de su uso y garanticen la durabilidad y resistencia con el pasar del tiempo. (educa-eco, 2020)
- **Comodidad:** La comodidad es la condición de cómodo: sencillo, conveniente, provechoso. El término, que proviene del vocablo latino commoditas, suele hacer referencia a aquello que se necesita para estar a gusto. (Definición.de, 2020)

2. Módulo de mercado

2.1 Producto

La empresa se dedicará al diseño, confección y venta de ropa casual exclusiva para niños; con diseños únicos, hechos en telas de popelina y dril. Contaremos con la siguiente variedad de conjuntos:

Conjunto 1: Blusa con bolero+ Short

Conjunto 2: Blusa sin manga+ Capri

Conjunto 3: Camisa manga larga + Pantalón largo

Conjunto 4: Crop top + Falda corta

Conjunto 5: Blusa asimétrica+ Falda larga

Conjunto 6: Enterizo corto

Conjunto 7: Enterizo largo

Conjunto 8: Vestido corto

Conjunto 9: Vestido largo

Conjunto 10: Camisa $\frac{3}{4}$ + Bermuda

Conjunto 11: Camisa manga larga + Pantalón largo

2.1.1 Características técnicas

En las siguientes tablas se muestran las especificaciones técnicas de acuerdo con los conjuntos que se ofertarán:

Tabla 1. Especificaciones técnicas según los conjuntos 1,2,3,4

Descripción	Especificaciones técnicas
Tela	Tela popelina (composición 65% de poliéster y 35% de algodón) y tela dril, (composición 100% algodón).
Color	Las prendas de arriba será en colores estampados y las prendas de abajo en único color
Diseño	De acuerdo con el formato del conjunto.
Tallas	2-4-6-8-10-12-14

Nota: La información consignada en la tabla corresponde a las especificaciones técnicas de los conjuntos: blusa con bolero+ short; blusa sin manga+ capri y camisa manga larga + pantalón largo; respectivamente. Fuente: elaboración propia.

Tabla 2. Especificaciones técnicas según el conjunto 5

Descripción	Especificaciones técnicas
Tela	Tela popelina (composición 65% de poliéster y 35% de algodón).
Color	La prenda de arriba será en único color y la prenda de abajo será en colores estampados.
Diseño	Blusa asimétrica y falda larga serán confeccionadas de acuerdo con el diseño.
Tallas	2-4-6-8-10-12-14

Nota: La información consignada en la tabla corresponde a las especificaciones técnicas del conjunto: Blusa asimétrica+ Falda larga. Fuente: elaboración propia.

Tabla 3. Especificaciones técnicas según los conjuntos 6,7,8,9

Descripción	Especificaciones técnicas
Tela	Tela popelina (composición 65% de poliéster y 35% de algodón).
Color	Las prendas serán en colores estampados.
Diseño	Será confeccionada de acuerdo con el formato del conjunto.
Tallas	2-4-6-8-10-12-14

Nota: La información consignada en la tabla corresponde a las especificaciones técnicas de los conjuntos: enterizo corto, enterizo largo, vestido corto y vestido largo respectivamente. Fuente: elaboración propia.

Tabla 4. Especificaciones técnicas según los conjuntos 10,11

Descripción	Especificaciones técnicas
Tela	Tela popelina (composición 65% de poliéster y 35% de algodón) y tela dril, (composición 100% algodón).
Color	Las prenda de arriba será en colores estampados y la prendas de abajo en único color.
Diseño	Según el diseño y formato del conjunto
Tallas	2-4-6-8-10-12-14

Nota: La información consignada en la tabla corresponde a las especificaciones técnicas de los conjuntos: camisa $\frac{3}{4}$ + bermuda y camisa manga larga + pantalón largo, respectivamente. Fuente: elaboración propia.

2.1.2 Uso del producto

Las prendas fabricadas por la empresa pueden ser utilizadas por los niños, para su uso diario y para eventos casuales; como cumpleaños, eventos familiares, salidas al parque, a la finca y demás; donde requieran sentirse cómodos y casuales.

2.1.3 Beneficios del producto

La empresa busca ofrecer al consumidor final comodidad, exclusividad y calidad en su estilo de vida diario y en los diferentes eventos a los que asista. A través, de atuendos únicos diseñados de acuerdo con los gustos, preferencias y expectativas del mercado; buscando conseguir que los niños se vean únicos y cómodos portando una marca que se esfuerza y trabaja para consentir a sus clientes.

2.1.4 Productos sustitutos

- **Jogger:** Es una prenda deportiva cómoda para niños, que les brinda libertad para moverse, lo cual lo hace una prenda sustituta de nuestros productos.
- **Conjuntos en licra:** Son cómodos y flexibles, se utilizan en conjuntos deportivos y en diversos diseños, su versatilidad de prendas y economía los hace un producto sustituto de nuestra marca.
- **Conjuntos de ropa casual:** Los conjuntos casuales encontrados en el mercado, aunque son diseños comunes y de baja calidad, muchas veces sus precios atraen el mercado.

2.1.5 Productos complementarios

Los productos complementarios de nuestro producto son: el calzado infantil, los bolsos para niñas, la bisutería infantil y las correas.

2.2 Consumidor final

El segmento del mercado en específico al que va dirigido el producto es a niños entre los 2 a 14 años del municipio de Sahagún Córdoba, a los cuales se les ofrecerá ropa casual exclusiva para eventualidades en las diferentes etapas de la niñez. Sin embargo, la empresa también busca llenar las expectativas de los padres, pues finalmente son ellos los que compran.

2.2.1 Segmentación

El proceso de segmentación de la empresa se llevará a cabo teniendo en cuenta los siguientes criterios:

Demográficas

- **Edad:** Nuestros clientes potenciales son hombres y mujeres con edades entre los 20-44 años los cuales son padres de familia y adquieren prendas infantiles para sus pequeños.
- **Sexo:** Los clientes potenciales serán hombres y mujeres del municipio de Sahagún, que sean padres de niños entre los 2- 14 años.

- **Estrato social:** Nuestros consumidores potenciales se encuentran ubicados en los estratos 3 y 4 del municipio de Sahagún, debido a que cuentan con la capacidad financiera para adquirir nuestros productos.
- **Geográfica:** Nuestros clientes potenciales están ubicados en el municipio de Sahagún córdoba.
- **Psicográficas:** La empresa busca llenar las expectativas, en cuanto a gustos y preferencias de los padres con prendas infantiles casuales, exclusivas, cómodas y frescas; para que sus niños se sientan únicos y cómodos.

2.2.2 Aspectos socioculturales

- **Clase social:** Nuestros productos va dirigido a la clase alta del municipio de Sahagún, que adquieren para sus hijos productos exclusivos y de calidad.
- **Cultura:** Nuestro producto va encaminado a las preferencias del mercado, la tradición de la ropa del municipio de Sahagún viene influida por las raíces del caribe colombiano, siendo ropa colorida, suave, fresca y cómoda; que se adecue al clima caluroso y húmedo. En los diseños de nuestras prendas, queremos plasmar variedades de estampados que hablen de la cultura del caribe colombiano, así como los diseños en la ropa que hagan sentir a los pequeños cómodos y frescos en la sabana cordobesa.

2.3 Delimitación del área geográfica

Nuestros clientes se encuentran ubicados en el municipio de Sahagún en la parte nororiental del departamento de Córdoba; localizados en los barrios: avenida al hospital, bosque centro, calle larga, centenario, el centro y guayabal.

2.4 Analisis de demanda

2.4.1 Diseño muestral

Nuestra población de estudio serán hombres y mujeres entre los 20 - 44 años, del municipio de Sahagún.

$$n= 380$$

$$Z^2= 1,96^2$$

$$N= 38,456$$

$$P= 0.5$$

$$Q= 0.5$$

$$E^2= 0.05$$

$$n= \frac{(1,96)^2 \times (38.456) \times (0.5) \times (0.5)}{(0.05)^2 \times (38.456-1) + 1.96^2 \times (0.5) \times (0.5)} = 380$$

Se encuestarán 380 hombres y mujeres aleatoriamente del municipio de Sahagún.

2.4.2 Validación del Instrumento

Con respecto al instrumento de recolección de datos, se procedió a validar mediante juicio de expertos, contando con las apreciaciones y sugerencias de dos validadores; un Posdoctor en Procesos Sintagmáticos de Ciencia e Investigación y un doctor en administración general. La evaluación del instrumento se realizó mediante una matriz donde se evaluó cada pregunta, con el fin de conocer la importancia y pertinencia que tenía cada interrogante con respecto a el objetivo de investigación y en este orden de ideas, cada evaluador realizó los debidos ajustes al cuestionario de preguntas bajo sus criterios conocimientos y experiencias, permitiendo de esta manera la perfilación total de la encuesta y que esta fuera 100% eficiente para el estudio de mercado que se realizará. (Ver anexos 1).

2.4.3 Cálculo de la demanda actual

Para poder definir la demanda existente en el mercado se determinó un factor clave, el cual fue el consumo actual existente en el mercado, el cual se determinó por medio de la aplicación de una encuesta, realizando una sumatoria de los datos obtenidos en el análisis de resultados de acuerdo con la información que arrojó la encuesta (ver anexos 2).

Tabla 5. Datos para el cálculo de la demanda

DATOS PARA EL CALCULO DE LA DEMANDA			
Población	38.456		
Muestra	380		
Pregunta	Respuesta	Muestra	Población
Si compran	71.5%	272	27.496
No compran	28,5%	108	10.960
Total	100%	380	38.456

Nota: La tabla presenta el cálculo de la demanda, con base en la muestra tomada y de acuerdo con la población real. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6. Frecuencia y Cantidad de consumo.

FRECUENCIA Y CANTIDAD DE CONSUMO		
Mensual		
Cantidad	Personas	%
1	5	23,8%
2	8	38%
3	1	4,8%
4	3	14,3%
5	1	4,8%
6	3	14,3%
Total	21	100%
Semestral		
Cantidad	Personas	%
1	4	2,04%
2	22	11,22%
3	18	9,2%
4	114	58,2%
5	4	2,04%
6	22	11,22%
8	8	4,08%
9	1	0,5%
10	1	0,5%
12	1	0,5%
14	1	0,5%
Total	196	100%
Anual		
Cantidad	Personas	%
1	8	14,5%
2	13	23,7%
3	8	14,5%
4	8	14,5%
6	9	16,4%
8	3	5,5%
9	1	1,8%
10	3	5,5%
12	2	3,6%
Total	55	100%

Nota: Estos porcentajes corresponden a los valores de frecuencia y cantidad de consumo de ropa infantil por personas en el municipio. Fuente: elaboración propia.

Tabla 7. Cálculo de la demanda

CALCULO DE LA DEMANDA					
Cantidad	Mensual	%	2.117	Cantidad	Anual
1	5	23,8%	503	503	6.036
2	8	38%	804	1.608	19.296
3	1	4,8%	102	306	3.672
4	3	14,3%	303	1.212	14.544
5	1	4,8%	102	510	6.120
6	3	14,3%	303	1.818	21.816
Total	21	100%	2.117	5.957	71.484
Cantidad	Semestral	%	19.825	Cantidad	Anual
1	4	2,04%	404	404	808
2	22	11,22%	2.225	4.450	8.900
3	18	9,2%	1.824	5.472	10.944
4	114	58,2%	11.538	46.152	92.304
5	4	2,04%	404	2.020	4.040
6	22	11,22%	2.225	13.350	26.700
8	8	4,08%	809	6.472	12.944
9	1	0,5%	99	891	1.782
10	1	0,5%	99	990	1.980
12	1	0,5%	99	1.188	2.376
14	1	0,5%	99	1.386	2.772
Total	196	100%	19.825	82.775	165.550
Cantidad	Anual	%	5.554	Cantidad	Anual
1	8	14,5%	805	805	805
2	13	23,7%	1.316	2.632	2.632
3	8	14,5%	805	2.415	2.415
4	8	14,5%	805	3.220	3.220
6	9	16,4%	911	5.466	5.466
8	3	5,5%	306	2.448	2.448
9	1	1,8%	100	900	900
10	3	5,5%	306	3.060	3.060
12	2	3,6%	200	2.400	2.400
Total	55	100%	5.554	23.346	23.346
				Total Demanda	260.380

Nota: Se procede a extrapolar los datos de consumo y frecuencia a la cantidad de consumidores en total en el municipio de Sahagún, es decir que vamos a llevar los datos de la muestra a la población real. Así entonces, se observa que la demanda actual existente es de 260.380 conjuntos de prendas de vestir infantil para el municipio de Sahagún. Fuente: elaboración propia

2.4.4 Proyección de la demanda

Para poder estructurar la parte financiera del proyecto; es decir los diferentes presupuestos y flujos del proyecto en el análisis financiero, es fundamental proyectar la demanda para tener en cuenta los posibles ingresos por concepto de venta, por supuesto teniendo como base el crecimiento del mercado, por lo cual se proyecta la demanda tomando como referente el porcentaje de crecimiento poblacional de 1,02%.

$$\mathbf{Df} = \mathbf{Da} (1 + i)^n$$

$$\mathbf{Df} = 260.380 (1 + 0,0102)^1 = 263.036$$

$$\mathbf{Df} = 260.380 (1 + 0,0102)^2 = 265.719$$

$$\mathbf{Df} = 260.380 (1 + 0,0102)^3 = 268.429$$

$$\mathbf{Df} = 260.380 (1 + 0,0102)^4 = 271.167$$

$$\mathbf{Df} = 260.380 (1 + 0,0102)^5 = 273.933$$

Tabla 8. Proyección de la demanda Actual

PROYECCION DE LA DEMANDA				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
263.036	265.719	268.429	271.167	273.933

Nota: Estos valores hacen referencia a la demanda actual del mercado, según el crecimiento poblacional que es de 1,02%, sacando así las proyecciones a 5 años. Fuente: elaboración propia.

2.5 ANALISIS DE LA OFERTA

Para el respectivo análisis de la oferta se procedió a investigar sobre el promedio de ventas de los principales almacenes del municipio de Sahagún, donde se puede adquirir conjuntos infantiles, lo cual arrojó unos datos representativos de la oferta.

2.5.1 Cálculo de la oferta actual

Tabla 9. Datos de las empresas

OFERTA EXISTENTE EN PRENDA INFANTIL – ANUAL			
Empresa	Venta promedio mensual	Venta promedio semestral	Venta promedio anual
Tierra Santa	1.350	8.100	16.200
Surtidora del Bebe	750	4.500	9.000
Miniprecios	600	3.600	7.200
Variedades el punto del Bebe	300	1.800	3.600
El Lily	210	1.260	2.520
Total	2.910	17.460	38.520

Nota: Se define entonces la oferta actual para el mercado sahanense, con respecto a la ropa infantil en 38.520 conjuntos de prendas de vestir anuales. Fuente: elaboración propia.

2.5.2 Proyección de la Oferta

Para poder estructurar la parte financiera del proyecto; es decir los diferentes presupuestos y flujos del proyecto en el análisis financiero, es fundamental proyectar la oferta para tener en cuenta la situación del mercado a futuro y cuales oportunidades que éste último puede presentar, por lo cual se toma como referente el porcentaje de crecimiento del sector relacionado con las ventas del producto en estudio el cual es de 0.75%.

$$Of = Oa (1 + i)^n$$

$$Of = 38.520 (1 + 0,0075)^1 = 38.809$$

$$Of = 38.520 (1 + 0,0075)^2 = 39.100$$

$$Of = 38.520 (1 + 0,0075)^3 = 39.393$$

$$Of = 38.520 (1 + 0,0075)^4 = 39.689$$

$$Of = 38.520 (1 + 0,0075)^5 = 39.986$$

Tabla 10. Proyección de la Oferta actual

PROYECCION DE LA OFERTA				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
38.809	39.100	39.393	39.689	39.986

Nota: Estos valores hacen referencia a la oferta actual del mercado, según el crecimiento del sector que es de 0,75%, sacando así las proyecciones a 5 años. Fuente: elaboración propia.

Tabla 11. Tipo de Demanda

TIPO DE DEMANDA					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Demanda	263.036	265.719	268.429	271.167	273.933
Oferta	38.809	39.100	39.393	39.689	39.986
Diferencia	224.227	226.619	229.036	231.478	233.947

Nota: Al restarle a la oferta, la demanda se obtiene el tipo de demanda, en este caso arrojo una demanda insatisfecha, debido a que la oferta actual en el mercado no alcanza a cubrir la necesidad de los clientes potenciales de ropa infantil. Elaboración: fuente propia.

2.6 Análisis de precios

Tabla 12: Comparación de precios

Precio de venta por conjuntos	Tierra santa	Miniprecios	Surtidora del bebé	El Lily
Blusa + Short	22.000	35.990	49.990	137.700
Blusa + Capri	25.000	40.990	52.990	0
Blusa + Pantalón largo	45.000	86.990	56.990	0
Blusa + Falda corta	22.000	35.990	49.990	136.800
Blusa + Falda larga	25.000	45.990	57.990	0
Vestido corto	22.000	35.990	59.990	159.900
Vestido largo	25.000	45.990	69.990	175.000
Enterizo corto	20.000	25.990	0	0
Enterizo largo	25.000	35.990	0	0
Camisa + Bermuda	40.000	68.990	41.990	140.000
Camisa + Pantalón largo	48.000	89.990	51.990	174.000

Nota: Los valores en cero hacen referencia a los tipos de conjuntos que no se venden en esos almacenes. El precio de venta de los conjuntos infantiles en el mercado varía de acuerdo con la marca, el tipo de tela y el establecimiento. Fuente: elaboración propia.

2.7 Canales de comercialización

La empresa AT Kids manejará un canal de distribución directo, es decir, el producto se venderá directamente al cliente sin intermediarios. Impulsando la fuerza de venta mediante estrategias publicitarias, donde se busca atraer la atención del cliente e influir por supuesto en su decisión de compra, en base a las características del producto.

AT Kids utilizará este canal de distribución para incursionar por primera vez en el mercado.

2.8 Imagen del producto

Figura 1: *Logo de la empresa*



Fuente: elaboración propia

El nombre AT Kids, se compone de la palabra A, que indica el “amor” con el que nuestra organización fabrica las prendas para nuestros pequeños consumidores; la palabra T que denota la “tendencia de la moda” bajo la cual nuestros productos son diseñados; así mismo, la palabra Kids que en español significa “niños” indica a nuestro mercado objetivo y la razón de ser de nuestra empresa. Y la corona muestra la distinción y exclusividad que nuestras prendas les brindan a los pequeños.

Por lo cual nuestro lema se refiere a la distinción, comodidad y elegancia que nuestras prendas van a marcar en los pequeños en cada paso de su vida. Aportándole esa identidad y estilo único que los harán resaltar y destacarse en la sociedad.

2.9 Estrategia de Publicidad

La estrategia publicitaria se basa en las acciones a emprender por parte de una empresa para llevar los productos a los clientes. Teniendo como objetivo el posicionamiento de la marca.

Las estrategias de publicidad que se llevaran a cabo en AT Kids son:

- **Redes sociales:** El facebook y el instagram son dos redes muy populares en la actualidad, estas dan las opciones para presentar nuestros productos, a la vez que brinda mucha información necesaria para llegar a la población objetivo-deseada.
- **Páginas web:** Esta ayuda a que los productos se den a conocer en varios lugares, además que le brinda confianza y prestigio a la empresa frente al cliente, brindando una plataforma adecuada para conocer más sobre la organización y sus productos, de una forma interactiva y con información relevante. Brindándoles información de calidad a los

usuarios, así como diversas animaciones que harán de la página web una experiencia increíble.

- **Flyers:** Estos ayudan a brindar información pertinente sobre la empresa de forma creativa; estos se pueden repartir en parques, a la salida de las escuelas, en eventos infantiles masivos; en los cuales se pueden encontrar nuestra población objetivo. Son económicos, informativos, fáciles y rápidos de producir y medibles. Permite difundir sobre la existencia, características y localidad de nuestros productos atrayendo así la atención del cliente.

3. Módulos técnico y organizacional

3.1 Tamaño de la producción

Tabla 13. Tamaño de producción de los diseños

Producción de diseños x semana	Numero de semanas al mes	Producción de diseños x mes	Meses del año	Producción de diseños x año	Tallas	Producción anual
11	4	44	12	528	7	3.696

Nota: La empresa AT Kids, semanalmente sacará al mercado 11 diseños exclusivos en los tipos de conjuntos que la empresa ofrecerá; por lo cual, al año la compañía ofertará 528 diseños exclusivos, confeccionados en 7 tallas diferentes; dando así un total de 3.696 conjuntos anuales. Fuente: elaboración propia.

Tabla 14. Tamaño de producción: Horas anuales - mano de obra

Horas diarias	Días laborales	Horas laborales en la semana	Núm. de operarios	Capacidad laboral en la semana	Número de semanas al mes	Capacidad laboral mensual	Número de meses al año	Total de horas anuales
8	6	48	3	144	4	576	12	6.912

Nota: La empresa At Kids trabajará 8 horas diarias, 6 días a la semana, contando con 3 operarias en la parte de producción; laborando 6.912 horas anuales, para producir 3.696 conjuntos infantiles en el primer año. Fuente: Elaboración propia

Tabla 15. Tamaño de producción por horas, según los tipos de conjuntos

Tiempo de operación	Trazado y Corte	Confección	Acabados y Etiquetado	Planchado	Total minutos de producción	Total horas de producción
Blusa con bolero+ Short	25	50	20	10	105	1.75
Blusa sin manga+ Capri	25	60	20	10	115	1.92
Camisa manga larga + Pantalón largo	25	80	30	10	145	2.42
Blusa asimétrica + Falda corta	25	50	20	10	105	1.75
Crop top + Falda larga	25	60	20	10	115	1.92
Enterizo corto	20	30	20	10	80	1.33
Enterizo largo	20	45	20	10	95	1.58
Vestido corto	20	30	20	10	80	1.33
Vestido largo	20	45	20	10	95	1.58
Camisa $\frac{3}{4}$ + Bermuda	25	60	30	10	125	2.08
Camisa manga larga + Pantalón largo	25	80	30	10	145	2.42

Nota: Para producir 11 conjuntos diarios se necesitan 20.08 horas, para producir 77 conjuntos semanales se necesitan de 140.56 horas, de acuerdo con la tabla este es el proceso y una

Total minutos por proceso de producción	255	590	250	110	1.205	-
Total horas por proceso de producción	4.25	9.83	4.16	1.83	-	20.08

estimación de los tiempos para la producción de los conjuntos, estos tiempos varían de acuerdo con el tiempo de cada máquina para la confección, el tiempo de trazado, acabado, etiquetado y de planchado. Fuente: elaboración propia.

Tabla 16. Tamaño de producción diaria

Producción Diaria							
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	
Operario 1	5	4	4	5	4	4	
Operario 2	4	5	4	4	5	4	
Operario 3	4	4	5	4	4	4	Total, conjuntos semanales
Total Conjuntos diarios	13	13	13	13	13	12	77

Nota: Para cumplir con los 77 conjuntos semanales los operarios producirán 13 conjuntos al día entre lunes y viernes y 12 conjuntos el sábado. Las 3 modistas elaborarán entre 4 a 5 conjuntos diarios para suplir la producción semanal. Fuente: elaboración propia

Tabla 17. Tamaño de producción según los conjuntos

Cantidad de Tipos de conjuntos	Producción x conjunto anual	Cantidad total anual
11	336	3.696

Nota: Al año se producirán 3.696 conjuntos, distribuidos en los 11 tipos de conjuntos que la empresa ofertará, produciendo así una cantidad de 336 conjuntos de cada uno, al año. La demanda para cubrir en el primer año corresponde al 1,65% de la demanda insatisfecha existente en el mercado. Fuente: elaboración propia.

3.2 Localización

Para llevar a cabo nuestro plan de negocio este es un paso muy importante, por lo cual es pertinente tener en cuenta aspectos positivos que le aporten ventajas a la idea de negocio. De aquí radica su importancia, al buscar identificar la localización más competente para realizar nuestra actividad comercial, para lo cual se tendrán en cuenta los siguientes criterios relacionados con la información requerida sobre nuestro plan de negocio.

3.2.1 Macro localización

Con el fin de efectuar el estudio, del lugar más adecuado para localizar la empresa AT Kids y asegurar el desarrollo de la misma, se tiene en cuenta 3 municipios del departamento de Córdoba, los cuales son: San Juan de Sahagún, Chinú y Ciénaga de Oro.

Tabla 18. Macrolocalización

Macro localización							
Alternativa de localización							
	San Juan de Sahagún			Chinú		Ciénaga de Oro	
Factores relevantes	Peso asignado Esc. 0-1	Calificación Esc. 1-100	Pond.	Calificación Esc. 1-100	Pond.	Calificación Esc. 1-100	Pond.
Económicos							
Ubicación del consumidor	0.1	80	8	60	6	70	7
Vías de comunicación	0.1	80	8	50	5	50	5
Medios de comunicación	0.06	80	4.8	70	4.2	60	3.6
Dinamismo económico	0.20	90	18	80	16	70	14
Costo mano de obra	0.15	60	9	80	12	80	12
Culturales							
Hábitos de compra	0.15	90	13.5	70	10.5	60	9
Políticos							
Regulaciones específicas	0.08	50	4	70	5.6	70	5.6
Sociales							
Interés del municipio	0.080	80	6.4	80	6.4	80	6.4
Actitud de la comunidad	0.080	80	6.4	80	6.4	80	6.4
Total	100%		78.1		72.1		69

Nota: Teniendo en cuenta los resultados del estudio de los factores económicos, culturales, políticos y sociales para con la macro localización, se seleccionó al municipio de **San Juan de Sahagún** como la ubicación más conveniente para la empresa por su ubicación principalmente, donde hay buena presencia de potenciales clientes, también cuenta con excelentes sistemas de comunicación, acceso a mejores vías y es el municipio con mayor dinamismo económico.
Fuente: elaboración propia.

3.2.2 Micro localización

Con el fin de definir una micro localización para la empresa, se tuvieron en cuenta las zonas Norte, Centro y sur del municipio.

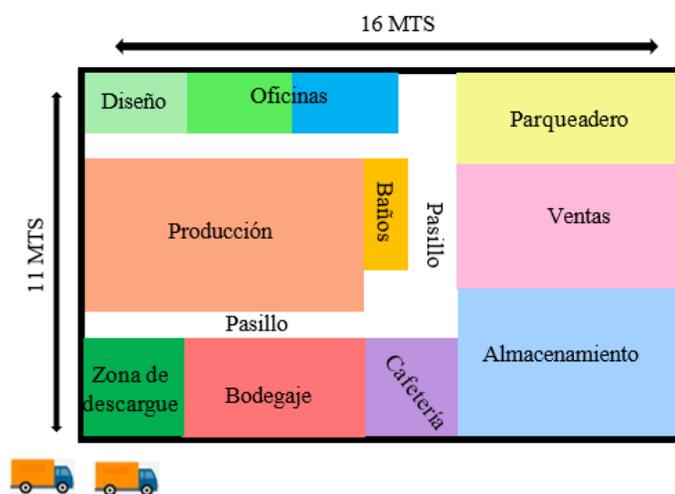
Tabla 19. Microlocalización

Micro localización							
Alternativa de localización							
	Peso asignado	Norte de la ciudad		Centro de la ciudad		Sur de la ciudad	
Factores relevantes	(0-1)	Calificación (0-100)	Peso Ponderado	Calificación (0-100)	Peso Ponderado	Calificación Esc. 1-100	Peso Ponderado
Disponibilidades locativas	0.20	40	8	70	14	25	5
Costo de arriendo	0.15	30	4,5	80	12	70	10.5
Costo de servicios	0.15	30	4.5	75	11.25	65	9.75
Influencia de clientes	0.35	70	24.5	80	28	40	14
Posibilidad de expansión	0.15	60	9	70	10.5	40	6
Total	1		50.5		75.75		45.25

Nota: En el estudio realizado anteriormente se utilizaron factores como la mejor disponibilidad locativa, menor costo del arriendo, menores costos de los servicios públicos y mayores posibilidades de expansión. Todos estos son aspectos fundamentales para el acoplamiento, comienzo, avance y sostenibilidad de la empresa y de acuerdo con el análisis sobre la información anterior se determinó que la mejor localización en Sahagún es la zona CENTRO del municipio. Fuente: elaboración propia.

3.3 Distribución en planta

Figura 2: *Distribución de la planta*



Fuente: elaboración propia

La empresa cuenta con una distribución de planta dividida en: área de producción (corte, confección, etiquetado, acabado, planchado), tenemos un área administrativa (gerencia y secretaria), una zona de descargue donde se reciben las telas e insumos, un área de bodegaje donde se almacenan todos los materiales, un área de diseño, una cafetería para el uso de la empresa, una zona de almacenamiento donde se guardan los productos terminados, tenemos el área de ventas donde se exhibe y se vende el producto, un parqueadero con zonas verdes para uso exclusivo de los trabajadores y clientes de la empresa, además contamos con unos pasillos amplios y 2 baños.

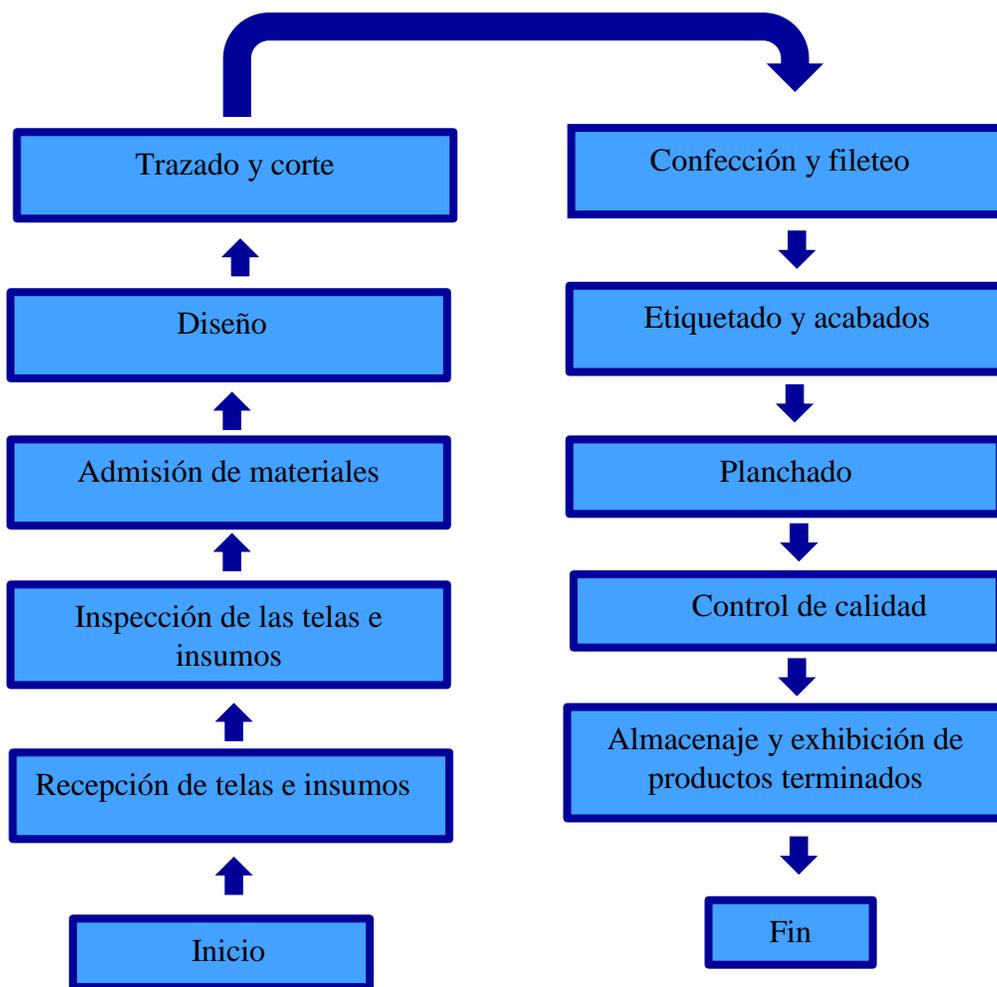
Tabla 20. Área física

Área física	Metros²
Producción	40 mts ²
Parqueadero	18 mts ²
Ventas	24 mts ²
Almacenamiento	24 mts ²
Cafetería	6 mts ²
Bodegaje	15 mts ²
Zona de descargue	9 mts ²
Pasillos	18 mt ²
Baños	4 mts ²
Oficinas	12 mts ²
Diseño	6 mts ²
Total, Mts²	176 mts²

Nota: De acuerdo con la tabla se presenta los mts2 de cada área de la empresa; dando así un total de 176 mts2, los cuales corresponden al espacio total en mts2 que la empresa necesitara para cada área. Fuente: elaboración propia.

3.4 Descripción del proceso

Figura 3: Diagrama del proceso de producción



Fuente: elaboración propia

- **Inicio:** En esta fase del proceso se empiezan a trazar las Actividades a desarrollar y a gestionar y obtener los recursos destinados para realizar la producción.
- **Recepción de telas e insumos:** En esta fase, se hace el proceso de recibimiento de las telas e insumos a los proveedores, y se aplican todos los estándares exigidos por la empresa, en cuestiones de facturación, documentación y demás requisitos.

- **Inspección de las telas e insumos:** En esta etapa se realiza un debido control y revisión rigurosa de los materiales, con el fin de que la empresa se asegure de recibir la mercancía en las mejores condiciones para poder usarla adecuadamente en la producción.
- **Admisión de materiales:** Una vez inspeccionada y revisada la materia prima, se hace el proceso de admisión y bodegaje de los insumos para luego proceder a la producción.
- **Diseño:** Esta se puede definir como una de las fases más importantes, que determina la creatividad y esencia de la empresa, pues aquí se trazan los modelos o diseños que la empresa lanzara al mercado y serán el prototipo para la confección de los productos.
- **Trazado y corte:** El trazado y corte se hace de acuerdo con el diseño, se empieza por trazar en la tela, por medio de un lápiz textil, el boceto a seguir; y luego se procede a cortar la tela para su respectiva confección.
- **Confección y fileteo:** Luego de cortar la tela, se procede a filetear las partes trazadas para que estas no se deshilachen y luego se procede a confeccionar los conjuntos, para materializar así el producto.
- **Etiquetado y acabados:** Primeramente, se realiza la aplicación de etiquetas en las prendas de vestir ya confeccionadas, para indicar información y recomendaciones a los clientes, además de identificar el producto. Y se realizan los acabados como pegar botones, limpiar los hilos sobrantes de las costuras, entre otras cosas que se requieran para terminar el diseño del conjunto.
- **Planchado:** En esta fase las prendas de vestir son sometidas a un proceso de planchado para darles una adecuada y presentable apariencia.
- **Control de calidad:** El control de calidad es una fase crucial, ya que aquí se supervisa y se revisa rigurosamente el producto para sacarlo al mercado bajo los mejores estándares

de calidad, minimizando al máximo algún riesgo relacionado con la parte técnica al momento de la elaboración.

- **Almacenaje y exhibición de productos terminados:** Después de haber aplicado correctamente el control de calidad a los productos; se procede a almacenar los conjuntos de prendas de vestir y asimismo exhibir a los clientes un prototipo de los diseños que la empresa ofrece.
- **Fin:** Es la fase del proceso donde el producto finalmente es adquirido por el consumidor final para ser utilizado.

3.5 Naturaleza Jurídica

La Sociedad por acciones simplificadas (SAS) fue creada por la ley 1258 de 2008, además del decreto 2020 de junio de 2009, basándose en la antigua ley de emprendimiento 1014 de 2006. Con el fin de facilitar la apertura de compañías en Colombia a través de la eliminación de proceso y múltiples tramites (Restrepo, 2019).

la empresa AT Kids será constituida como una sociedad por acciones simplificadas (SAS), teniendo en cuenta, que es una modalidad fácil de constitución, que evita la multiplicidad de trámites y procesos, siendo una sociedad práctica y beneficiosa para los emprendedores en Colombia.

Julián Domínguez, presidente de Confecámaras explica que “la alta concentración de las sociedades tipo SAS se debe a la flexibilidad que ofrece este tipo de asociación a la hora de formar empresa. “Esta modalidad cuenta con un régimen de funcionamiento más flexible que les

permite a los emprendedores simplificar trámites y comenzar su proyecto con bajo presupuesto” (El país, 2019).

Este tipo de sociedad en Colombia es el más utilizado no solo por la facilidad en los trámites, sino que evita mayores costos en el proceso, lo que determina que sea una de las sociedades más predilectas al momento de crear una empresa.

Las principales características de la Sociedad por acciones simplificada (SAS) son:

- Puede ser unipersonal o puede estar constituida por varios accionistas.
- Se constituyen por documento privado donde consta nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
- Su término de duración es indefinido.
- El objeto social puede ser indeterminado para realizar cualquier actividad lícita.
- Se limita la responsabilidad de los accionistas solo hasta el límite de sus aportes. Sin importar la causa de la obligación laboral o fiscal.
- Cuenta con voto múltiple.
- Existe libertad de organización.
- La revisoría fiscal o la junta directiva no son obligatorias, lo que se constituye en un ahorro.
- El costo de la constitución de una compañía SAS depende del capital suscrito y activos.
- este tipo de sociedad puede emitir cualquiera de las siguientes acciones: acciones privilegiadas, acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, acciones con dividendo fijo anual y acciones de pago. (Restrepo, 2019).

3.6 Misión

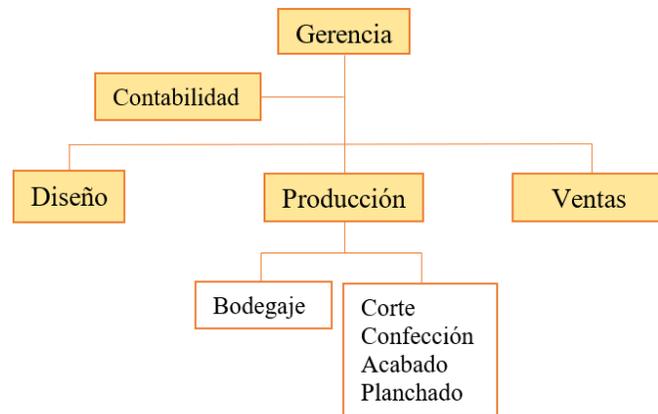
Somos una empresa que ofrece ropa casual exclusiva para niños, con telas de calidad y exclusividad en los diseños, destinada al mercado sahadunense; buscando satisfacer las necesidades de nuestros clientes, con prendas de ropa exclusiva y de calidad para sus pequeños, y promoviendo el empleo de madres cabezas de hogar.

3.7 Visión

Para el año 2025 AT Kids se posesionará como la empresa líder del sector de las confecciones en la región caribe, reconocida por la calidad y exclusividad en sus diseños. Expandiendo nuestro mercado enfocado en el crecimiento de la empresa y buscando el desarrollo económico de esta misma, para que cada vez sea reconocida en toda la región caribe.

3.8 Organigrama

Figura 4: organigrama



Fuente: elaboración propia

Este es el organigrama, donde se representa la estructura orgánica de la empresa AT Kids, con sus respectivos departamentos y funciones de los mismos.

3.9 Manual de funciones

Tabla 21: Manual de funciones del gerente

Gerente general	
Nombre del cargo:	Gerente
Dependencia	Administrativo
Numero de cargos	1
Reporta a (Nombre del cargo):	Socios de la empresa
Requisitos mínimos	
Requisitos de formación	Estudios profesionales en áreas conexas (Administración, finanzas)
Requisitos de experiencia	5 años de experiencia en cargos iguales
Objetivo principal	
Determinar que estrategias, herramientas y recursos aplicar y tomar las mejores decisiones en pro del bienestar, desarrollo y crecimiento de la empresa.	
Funciones esenciales	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar una buena gestión, para que la empresa pueda realizar un correcto funcionamiento de forma general. ➤ Tomar decisiones y orientar sobre la adquisición, manejo y utilización de recursos. ➤ Representar Jurídica y legalmente la empresa ante terceros. ➤ Motivar e incentivar constantemente a los trabajadores, buscando crear en ellos un sentido de pertenencia por la organización. 	

Tabla 22: Manual de funciones de la secretaria general

Secretaria general	
Nombre del cargo:	Secretaria General
Dependencia	Administrativo
Número de cargos	1
Reporta a (Nombre del cargo):	Gerente General
Requisitos mínimos	
Requisitos de formación	Estudios técnicos en áreas conexas (administrativa, financiera)
Requisitos de experiencia	1 año de experiencia mínima en cargos iguales.
Objetivo principal	
Contribuir al orden y eficiencia al realizar los procesos y llevar un control.	
Funciones esenciales	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Revisar atentamente la documentación que llega por parte de cada área de la empresa o de forma externa a ella, Para de esta manera clasificarlos por el grado de importancia y así reportarlos en un debido orden a su superior, así como comunicarse directamente con empleados, proveedores y clientes. ➤ Estructurar un buen registro que le permita agendar correctamente los compromisos de su jefe, clasificándolos por prioridad y evitando que se crucen unos con otros. ➤ Llevar un debido control que permita verificar si las actividades acordadas se han llevado a cabo en el orden y tiempo establecido. ➤ Asegurarse de que la empresa responda por sus obligaciones legales, a través del buen manejo y adecuación de la variedad de documentos. 	

Tabla 23. Manual de funciones del contador

Contador	
Nombre del cargo:	Contador
Dependencia	Contabilidad
Número de cargos	1
Reporta a (Nombre del cargo):	Gerente General
Requisitos mínimos	
Requisitos de formación	Estudios profesionales en áreas conexas (contabilidad)
Requisitos de experiencia	Dos años de experiencia mínima en cargos iguales.
Objetivo principal	
Realizar debidamente los cálculos sobre las cuentas de la empresa en todo lo relacionado con costos y gastos.	
Funciones esenciales	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Revisar los libros contables de la empresa. ➤ Elaborar los estados financieros. ➤ Analizar los resultados de los estados financieros de la empresa. ➤ Redactar informes sobre el estado financiero de los clientes. 	

Tabla 24. Manual de funciones del diseñador

Diseñador	
Nombre del cargo:	Diseñador
Dependencia	Diseño
Número de cargos	1
Reporta a (Nombre del cargo):	Gerente General
Requisitos mínimos	
Requisitos de formación	Estudios profesionales en diseño de modas
Requisitos de experiencia	Tres años de experiencia mínima en cargos iguales.
Objetivo principal	
Diseñar conjuntos infantiles creativos, que respondan a las necesidades de los individuos, dentro del contexto del sector, siempre a la vanguardia de la moda.	
Funciones esenciales	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Diseñar y crear conjuntos de prendas de vestir para niños y niñas. ➤ Tener la capacidad de hacer bocetos y producir diseños originales, demarcados por su toque artístico. ➤ Conocer acerca de la elaboración de patrones y combinaciones. 	

Tabla 25. Manual de funciones de las operarias

Operarias	
Nombre del cargo:	Operarias
Dependencia	Producción
Número de cargos	3
Reporta a (Nombre del cargo):	Jefe De producción
Requisitos mínimos	
Requisitos de formación	Estudios técnicos en áreas conexas (diseño, confección y corte)
Requisitos de experiencia	1 año de experiencia mínima en confecciones o áreas iguales
Objetivo principal	
Administrar y distribuir adecuadamente los materiales para la confección	
Funciones esenciales	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Operar máquinas de confección industrial. ➤ Realizar los cortes de acuerdo con el modelo textil establecido por la empresa. ➤ Cooperar en el control de entrada y salida de productos. ➤ Verificar la calidad y conformidad en los procesos de producción y en las prendas ya terminadas, conforme a los estándares manejados por la empresa. 	

Tabla 26. Manual de funciones del jefe de producción

Jefe de producción	
Nombre del cargo:	Jefe de Producción
Dependencia	Producción
Número de cargos	1
Reporta a (Nombre del cargo):	Gerente General
Requisitos mínimos	
Requisitos de formación	Estudios profesionales realizados en áreas conexas (Ingeniería industrial)
Requisitos de experiencia	1 año de experiencia mínima en cargos similares
Objetivo principal	
Garantizar y asegurar que los procesos se realicen bajo lo establecido en el manual de la empresa, que estén listos a tiempo y bajo los límites del presupuesto. Todo lo anterior bajo las exigencias de calidad.	
Funciones esenciales	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Inspeccionar y revisar que las actividades de fabricación se lleven a cabo de manera eficiente y confiable. ➤ Participar en los procesos de diseño y la compra de materiales. ➤ Avalar que la producción sea rentable. ➤ Organizar las reparaciones y el mantenimiento rutinario de la maquinaria 	

Tabla 27. Manual de funciones del operario de control de calidad

Operario de control de calidad	
Nombre del cargo:	Operario de control de calidad
Dependencia	Producción
Número de cargos	1
Reporta a (Nombre del cargo):	Jefe de producción
Requisitos mínimos	
Requisitos de formación	Estudios técnicos realizados en áreas conexas (Control de calidad)
Requisitos de experiencia	2 años mínimo en cargos similares
Objetivo principal	
Hacer cumplir todos los procesos del sistema de calidad, asegurándose que los productos cumplan realmente con los estándares de calidad de la empresa.	
Funciones esenciales	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Planificar e implementar los mecanismos a utilizar en los controles de calidad. ➤ Inspeccionar los productos terminados para asegurarse de que estén en conformidad con la normatividad de calidad vigente. ➤ Asesorar a los fabricantes, conductores y en general al personal encargado del mantenimiento y la reparación de automóviles y otros vehículos sobre la aplicación de normas técnicas. ➤ Formar al personal de las organizaciones sobre sistemas y métodos de control de calidad. 	

Tabla 28. Manual de funciones del auxiliar de bodega

Auxiliar de bodega	
Nombre del cargo:	Auxiliar de Bodega
Dependencia	Producción
Número de cargos	1
Reporta a (Nombre del cargo):	Jefe de producción
Requisitos mínimos	
Requisitos de formación	Estudios básicos o técnicos realizados en áreas conexas (conocimiento en manipulación, cargue y almacenaje)
Requisitos de experiencia	
Objetivo principal	
Garantizar la debida manipulación de la mercancía para la distribución de la producción y velar por las óptimas condiciones en limpieza y desinfección del lugar de almacenamiento.	
Funciones esenciales	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Recibir los insumos que serán almacenados. ➤ Elaborar informes y actas de recepción y entrega de todo lo que entra y sale de la bodega. ➤ Supervisar la óptima utilización de la maquinaria de carga dentro de la bodega. ➤ Llevar al día los registros de los insumos que se encuentran en las estanterías que posee la bodega. 	

Tabla 29. Manual de funciones del auxiliar de aseo y oficios varios

Auxiliar de aseo y oficios varios	
Nombre del cargo:	Auxiliar de aseo y oficios varios
Dependencia	Empresa
Número de cargos	1
Reporta a (Nombre del cargo):	Gerente general
Requisitos mínimos	
Requisitos de formación	Estudios de bachiller académico
Requisitos de experiencia	Sin experiencia
Objetivo principal	
Ofrecer orden, seguridad y limpieza en las áreas de trabajo, servir de ayuda y soporte ante cualquier eventualidad que surja dentro de su área	
Funciones esenciales	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar el aseo en las diferentes oficinas y departamentos asignados, antes del ingreso de funcionarios a las instalaciones. ➤ Revisar que todo en la oficina esté limpio y en orden ➤ Estar a disposición para cualquier actividad que se les delegue, aportar información cuando sea necesario. ➤ Propiciar el buen comportamiento, evitando relajos y comentarios poco pertinentes. 	

Tabla 30. Manual de funciones del representante de ventas

Representante de ventas	
Nombre del cargo:	Representante de Ventas
Dependencia	Marketing y Ventas
Número de cargos	1
Reporta a (Nombre del cargo):	Gerente general
Requisitos mínimos	
Requisitos de formación	Estudios técnicos en áreas conexas (mercadeo y ventas)
Requisitos de experiencia	1 año mínimo de experiencia en cargos relacionados con el área.
Objetivo principal	
Estudiar las condiciones actuales del mercado e identificar las necesidades de los clientes.	
Funciones esenciales	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Vender los productos de la empresa para aumentar cada vez más los ingresos ➤ Buscar clientes y compradores potenciales ➤ Realizar ventas mediante comercio electrónico ➤ Hacer seguimiento al volumen, números y márgenes de ventas revisando los informes correspondientes. 	

Reglamento interno del trabajo

El reglamento interno estipulado por la empresa AT Kids, domiciliada en el municipio de Sahagún córdoba, Colombia tal como lo define el artículo 104 del código sustantivo del trabajo, es un documento en el cual la empresa, recolecta las condiciones y eventualidades en las cuales se regirá el desarrollo de las funciones que se llevarán a cabo en la empresa.

Artículo 104: Definición de reglamento interno de trabajo: “Reglamento es el conjunto de normas que determinan las condiciones a que deben sujetarse el empleador y sus trabajadores en la prestación del servicio” (Copyright, 2018). Ver (Anexos 3).

4. Módulos de impacto social, económico y ambiental

- ✓ **Impacto Social:** Debido a la situación actual, la tasa de desempleo ha aumentado y lo que se busca a partir de este proyecto es generar empleos, a aquellas madres cabeza de hogar, contribuyendo de esta manera a mejorar la problemática social en lo referente al alto grado de informalidad en las mujeres, generando bienestar en muchos hogares del municipio de Sahagún.

En el trimestre móvil junio – agosto de 2020, en las 13 ciudades y áreas metropolitanas, la proporción de hombres ocupados que eran informales fue 46,0%, lo que significó un aumento de 2,4 puntos porcentuales respecto al mismo trimestre móvil de 2019 (43,6%). En el caso de las mujeres, la proporción de informalidad fue de 46,8%, mientras que en el trimestre móvil junio – agosto de 2019 fue 48,5%. (Dane, 2020)

Vemos que la informalidad laboral en las mujeres ha aumentado significativamente, en estos tiempos de pandemia; la empresa AT Kids quiere mitigar estos impactos frente a las condiciones laborales de la mujer en el municipio de Sahagún, a través del empleo a madres

cabeza de hogar, buscando mitigar los niveles de informalidad y brindarles a las mujeres condiciones laborales mucho mejores.

Con la creación de la empresa AT Kids, en el ámbito social se tiene como fin impactar en diferentes aspectos; la primera y tal vez considerada una de las razones de mayor peso por las cuales se inició el proyecto es, ofrecer empleos a madres cabezas de hogar, buscando llevar bienestar a muchos hogares. Es una forma de que la empresa brinde este tipo de oportunidades a una población con difícil acceso al mercado laboral, lo que por supuesto mejoraría en gran sentido la calidad de vida y el nivel de ingresos de la población en el municipio de Sahagún; asimismo, disminuyendo también las tasas de informalidad en las mujeres. El segundo aspecto se refiere a la población infantil y los padres de familia, al ofrecerles un producto nuevo e interesante que les permita a los niños, niñas y preadolescentes portar prendas de vestir exclusivas, sentirse y verse bien ante los demás, de igual forma brindar a los padres productos que se adapten a sus exigencias y expectativas, como padres de familia y clientes.

Y el tercer y último aspecto es que a través de la creación de nuevas empresas en el municipio de Sahagún, se tiene la posibilidad de ampliar el mercado, ofreciendo productos innovadores y que de esta manera la empresa AT Kids favorezca el desarrollo de la región, aportando con su actividad económica al municipio recursos para la inversión social en salud, infraestructura y educación.

- ✓ **Impacto económico:** Haciendo un análisis sobre la situación económica del país en consecuencia de la actual crisis por el Covid-19 y el debilitamiento que esto ha generado

en el aspecto económico, resulta necesario de gran utilidad materializar ideas empresariales que contribuyan a mejorar la economía e impulsar más el comercio.

Las empresas forman parte de la base de los mercados. El bienestar de una sociedad depende en gran medida de los resultados de las empresas. Si a las empresas les va bien, se reflejará en la economía. El éxito empresarial repercutirá, por lo tanto, en el bienestar de todos. (Solero, 2010)

Referente a este ámbito, el proyecto que busca crear la empresa una vez empiece a operar en el mercado aportará de forma general al crecimiento económico del país y en específico al desarrollo regional del municipio, a través del flujo de ingresos, el mejoramiento de la calidad de vida, tanto de los empleados como de los socios, lo que por supuesto le aportaría crecimiento al territorio Sahagunense.

Impacto Ambiental

Como bien se conoce la presencia de empresas en las ciudades ha generado reacciones desfavorables en el medio ambiente, ocasionando con esto la contaminación del aire, el calentamiento global, el debilitamiento de la capa de ozono, entre otros.

Debido a esto las empresas han tomado la iniciativa de crear políticas de sostenibilidad por medio de la responsabilidad empresarial y aplicar proyectos y actividades que contribuyan a mejorar las condiciones actuales y sobre todo a empezar a operar de una forma más amigable con el medio ambiente.

AT Kids es una empresa de confección de ropa infantil, que desde sus inicios se propone aplicar una técnica que le permita cuidar al medio ambiente y no generar un impacto negativo en él, la iniciativa se trata de reciclar los sobrantes en el proceso de producción y donarlas a una fundación, para que sean reutilizables para otros usos; como por ejemplo, tapetes, delantales, manteles, entre otros. La idea es evitar desechar los sobrantes de los materiales con el fin de no contaminar el medio ambiente, por eso la idea de donar los sobrantes para darles un uso eficiente y contribuir a mejorar la calidad de vida de otras personas de manera indirecta.

Así mismo la empresa también forjará un comportamiento particular en sus valores corporativos al incentivar tanto a trabajadores como clientes a tener sentido de pertenencia por la naturaleza, mostrando de esta forma un ejemplo de limpieza y utilización de materiales biodegradables como las bolsas donde se empaican los productos, con el fin de evitar efectos desfavorables a la naturaleza.

La idea es que si una empresa quiere unirse al mercado, se comprometa también a generar un impacto en el medio ambiente, pero que siempre sea positivo.

5. Modulo financiero

5.1 Inversiones fijas

Tabla 31. Maquinaria y equipo

Detalle de inversiones	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Vida útil (años)
Máquina de coser	3	2.799.000	8,397,000	10
Fileteadora	2	3.800.000	7,600,000	10
Plancha Industrial	1	1.900.000	1,900,000	5
Maniqués niños	6	150.000	900,000	5
Mesa de corte	3	600.000	1,800,000	5
Computador	4	1.499.000	5,996,000	10
Teléfono fijo	5	149.900	749,500	5
Total			27,342.500	

Nota: Este valor corresponde a la inversión que la empresa realiza en maquinaria y equipos necesarios para la producción de la empresa, estos serán depreciados de acuerdo con su vida útil en años. Fuente elaboración propia.

Tabla 32. Muebles y enseres

Detalle de inversión	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Vida útil (años)
Escritorio	5	279.900	1,399,500	10
Archivador	5	260.000	1,300,000	18
Estantes	4	106.900	427,600	20
Sillas rimax	10	29.000	290,000	5
Ventiladores de techo	4	181.200	724,800	10
Mesa de madera	2	149.990	299,980	12
Sillas giratorias	5	139.900	699,500	10
Cinta métrica	5	7.200	36,000	1
Caja de lápices de trazar x12	60	3.500	210,000	1
Kit reglas curva francesa	3	86.900	260,700	3
Kit alfileres 40 unidades x 96 ruedas	1	69.900	69,900	1
Corta hilos	6	6.000	36,000	1
Pie de ojal	5	111.900	559,500	2
Tijeras	5	31.950	159.750	3
Sofá	2	989.000	1,978,000	7
Rollo de Papel periódico x 200mts	2	75.000	150,000	1
Kit Ganchos plásticos x60	10	29.400	294,000	2
Espejo	1	179.900	179,900	7
Aire acondicionado	3	799.900	2,399,700	10
Caja registradora	1	925.000	925,000	10
Total			12,399.830	

Nota: Este valor corresponde a la inversión en muebles y enseres necesarios para que la empresa entre en funcionamiento, estos serán depreciados de acuerdo con su vida útil en años. Fuente: elaboración propia

5.2 Inversiones diferidas

Tabla 33. Gastos en activos tangible

Detalle de inversión	Costo total
Estudio de prefactibilidad	450.000
Estudio de factibilidad	1.200.000
Licencias y tramites	1.100.000
Gastos de organización	1.500.000
Montaje y puesta en marcha	1.800.000
Imprevistos	1.000.000
Total inversión en activos intangibles	7,050.000

Nota: Este valor corresponde a los gastos que se realizan para el funcionamiento e inicio de la empresa, en el que se tiene en cuenta el estudio de prefactibilidad y de factibilidad, las licencias y tramites y todos los gastos correspondientes a la organización, montaje y puesta en marcha de la empresa, de igual teniendo en cuenta los imprevistos. Fuente: elaboración propia

5.3 Inversiones en capital de trabajo

Tabla 34. Costo de mano de obra de primer año de operación

Cargo	Remuneración mensual	Remuneración anual	Prestaciones sociales	Costo total
Mano de obra directa				
Operarias (3)	2,941.971	35,303.652	18,121.365	53,425.017
Subtotal				53,425.017
Mano de obra indirecta				
Jefe de producción	1,302.853	15,634.236	8,025.053	23,659.289
Operador de calidad	980.657	11,767.884	6,040.455	17,808.339
Auxiliar de bodega	980.657	11,767.884	6,040.455	17,808.339
Subtotal				59,275.967
Total				112.700.984

Nota: Este valor corresponde a la sumatoria del costo de mano de obra directa e indirecta de la empresa, teniendo en cuenta las prestaciones sociales, seguridad social y parafiscales, se obtiene el costo de mano de obra para el primer año de operación, sumando la remuneración anual más las prestaciones sociales. Fuente: elaboración propia.

Tabla 35. Costo de materiales (conjunto 1) primer año de operación

Material	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Materiales directos				
Popelina estampada	Metros	235	16.500	3,877.500
Drill único color	Metros	202	15.000	3.030.000
Subtotal				6,907.500
Materiales indirectos				
Botones surtidos	Unidades	1.008	150	151.200
Cierres	Unidades	345	350	120,750
Hilos de coser	Caja	2	70.000	140.000
Carretes de hilo	Set	2	29.900	59.800
Etiquetas	Unidades	345	150	51.750
Subtotal				523.500
Total				7,431.000

Nota: La tabla presenta el valor de los materiales directos e indirectos, que se utilizarán en el primer año de operación para la producción de los conjuntos según el formato 1 (blusa con bolero + short). Fuente: elaboración propia.

Tabla 36. Costo de materiales (conjunto 2) primer año de operación

Material	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Materiales directos				
Popelina estampada	Metros	199	16.500	3,283.500
Drill único color	Metros	259	15.000	3,885.000
Subtotal				7,168.500
Materiales indirectos				
Botones surtidos	Unidades	1.008	150	151.200
Cierres	Unidades	345	350	120.750
Hilos de coser	Caja	2	70.000	140.000
Carretes de hilo	Set	2	29.900	59.800
Etiquetas	Unidades	345	150	51.750
Subtotal				523.500
Total				7,692.000

Nota: La tabla presenta el valor de los materiales directos e indirectos, que se utilizarán en el primer año de operación para la producción de los conjuntos según el formato 2 (blusa sin manga + capri). Fuente: elaboración propia.

Tabla 37. Costo de materiales (conjunto 3) primer año de operación

Material	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Materiales directos				
Popelina estampada	Metros	269	16.500	4,438.500
Drill único color	Metros	336	15.000	5,040.000
Subtotal				9,478.500
Materiales indirectos				
Botones surtidos	Unidades	2.016	150	302.400
Cierres	Unidades	345	350	120.750
Hilos de coser	Caja	3	70.000	210.000
Carretes de hilo	Set	3	29.900	89.700
Interlon	Metros	100	1.500	150.000
Etiquetas	Unidades	345	150	51.750
Subtotal				924.600
Total				10,403.100

Nota: La tabla presenta el valor de los materiales directos e indirectos, que se utilizarán en el primer año de operación para la producción de los conjuntos según el formato 3 (blusa manga larga + pantalón largo). Fuente: elaboración propia.

Tabla 38. Costo de materiales (conjunto 4) primer año de operación

Material	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Materiales directos				
Popelina estampada	Metros	134	16.500	2,211.000
Drill único color	Metros	218	15.000	3,270.000
Subtotal				5,481.000
Materiales indirectos				
Cierres	Unidades	690	350	241.500
Hilos de coser	Caja	2	70.000	140.000
Carretes de hilo	Set	2	29.900	59.800
Etiquetas	Unidades	345	150	51.750
Subtotal				493.050
Total				5,974.050

Nota: La tabla presenta el valor de los materiales directos e indirectos, que se utilizarán en el primer año de operación para la producción de los conjuntos según el formato 4 (Crop top + falda corta). Fuente: elaboración propia.

Tabla 39. Costo de materiales (conjunto 5) primer año de operación

Material	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Materiales directos				
Popelina Único color	Metros	185	13.000	2,405.000
Popelina estampada	Metros	336	16.500	5,544.000
Subtotal				7,949.000
Materiales indirectos				
Cierres	Unidades	690	350	241.500
Hilos de coser	Caja	3	70.000	210.000
Carretes de hilo	Set	3	29.900	89.700
Etiquetas	Unidades	345	150	51.750
Subtotal				592.950
Total				8,541.950

Nota: La tabla presenta el valor de los materiales directos e indirectos, que se utilizarán en el primer año de operación para la producción de los conjuntos según el formato 5 (Blusa asimétrica + falda larga). Fuente: elaboración propia.

Tabla 40. Costo de materiales (conjunto 6) primer de año de operación

Material	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Materiales directos				
Popelina estampada	Metros	346	16.500	5,709.000
Subtotal				5,709.000
Materiales indirectos				
Cierres	Unidades	345	350	120.750
Hilos de coser	Caja	2	70.000	140.000
Carretes de hilo	Set	2	29.900	59.800
Etiquetas	Unidades	345	150	51.750
Subtotal				372.300
Total				6,081.300

Nota: La tabla presenta el valor de los materiales directos e indirectos, que se utilizarán en el primer año de operación para la producción de los conjuntos según el formato 6 (Enterizo corto).
Fuente: elaboración propia.

Tabla 41. Costo de materiales (conjunto 7) primer de año de operación

Material	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Materiales directos				
Popelina estampada	Metros	413	16.500	6,814.500
Subtotal				6,814.500
Materiales indirectos				
Cierres	Unidades	345	350	120.750
Hilos de coser	Caja	3	70.000	210.000
Carretes de hilo	Set	3	29.900	89.700
Etiquetas	Unidades	345	150	51.750
Subtotal				472.200
Total				7,286.700

Nota: La tabla presenta el valor de los materiales directos e indirectos, que se utilizarán en el primer año de operación para la producción de los conjuntos según el formato 7 (Enterizo largo).
Fuente: elaboración propia.

Tabla 42. Costo de materiales (conjunto 8) primer de año de operación

Material	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Materiales directos				
Popelina estampada	Metros	370	16.500	6,105.000
Subtotal				6,105.000
Materiales indirectos				
Cierres	Unidades	345	350	120.750
Hilos de coser	Caja	2	70.000	140.000
Carretes de hilo	Set	2	29.900	59.800
Etiquetas	Unidades	345	150	51.750
Subtotal				372.300
Total				6,477.300

Nota: La tabla presenta el valor de los materiales directos e indirectos, que se utilizarán en el primer año de operación para la producción de los conjuntos según el formato 8 (Vestido corto).
Fuente: elaboración propia.

Tabla 43. Costo de materiales (conjunto 9) primer de año de operación

Material	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Materiales directos				
Popelina estampada	Metros	504	16.500	8,316.000
Subtotal				8,316.000
Materiales indirectos				
Cierres	Unidades	345	350	120.750
Hilos de coser	Caja	3	70.000	210.000
Carretes de hilo	Set	3	29.900	89.700
Etiquetas	Unidades	345	150	51.750
Subtotal				472.200
Total				8,788.200

Nota: La tabla presenta el valor de los materiales directos e indirectos, que se utilizarán en el primer año de operación para la producción de los conjuntos según el formato 9 (Vestido largo).
Fuente: elaboración propia.

Tabla 44. Costo de materiales (conjunto 10) primer de año de operación

Material	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Materiales directos				
Popelina estampada	Metros	235	16.500	3,877.500
Drill único color	Metros	235	15.000	3,525.000
Subtotal				7,402.500
Materiales indirectos				
Botones surtidos	Unidades	2.070	150	310.500
Cierres	Unidades	345	350	120.750
Hilos de coser	Caja	2	70.000	140.000
Carretes de hilo	Set	2	29.900	59.800
Interlon	Metros	100	1.500	150.000
Etiquetas	Unidades	345	150	51.750
Subtotal				832.800
Total				8,235.300

Nota: La tabla presenta el valor de los materiales directos e indirectos, que se utilizarán en el primer año de operación para la producción de los conjuntos según el formato 10 (Camisa ¾ + bermuda). Fuente: elaboración propia.

Tabla 45. Costo de materiales (conjunto 11) primer de año de operación

Material	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Materiales directos				
Popelina estampada	Metros	269	16.500,	4,438.500
Drill único color	Metros	336	15.000	5,040.000
Subtotal				9,478.500
Materiales indirectos				
Botones surtidos	Unidades	3,450	150	517.500
Cierres	Unidades	345	350	120.750
Hilos de coser	Caja	3	70.000	210.000
Carretes de hilo	Set	3	29.900	89.700
Interlon	Metros	100	1.500	150.000
Etiquetas	Unidades	345	150	51.750
Subtotal				1,139.700
Total				10,618.200
Total costo de materiales				87,529.100

Nota: La tabla presenta el valor de los materiales directos e indirectos, que se utilizarán en el primer año de operación para la producción de los conjuntos según el formato 11 (Camisa manga larga + pantalón largo). Además, de la sumatoria de los costos de materiales para el primer año de operación Fuente: elaboración propia.

Tabla 46. Costos de servicios

Servicios	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Energía eléctrica	KW/Hora	12	1.500.000	18.000.000
Telefonía e internet	Impulso	12	250.000	3.000.000
Acueducto y alcantarillado	Mts3	12	95.000	1,140.000
Total				22,140.000

Nota: Este valor corresponde a los costos en servicios que la empresa pagará para el funcionamiento de la misma, en el primer año de operación. Fuente: elaboración propia

Tabla 47. Gastos por depreciación

Activos de producción	Vida útil	Costo del activo	1	2	3	4	5	Valor residual
Máquina de coser	10	8,397,000	839700	839700	839700	839700	839700	4,198,500
Fileteadora	10	7,600,000	760000	760000	760000	760000	760000	3,800,000
Plancha Industrial	5	1,900,000	380000	380000	380000	380000	380000	-
Maniqués niños	5	900,000	180000	180000	180000	180000	180000	-
Mesa de corte	5	1,800,000	360000	360000	360000	360000	360000	-
Computador	10	5,996,000	599600	599600	599600	599600	599600	2,998,000
Teléfono fijo	5	749,500	149900	149900	149900	149900	149900	-
Escritorio	10	1,399,500	139950	139950	139950	139950	139950	699,750
Archivador	18	1,300,000	72222	72222	72222	72222	72222	938,889
Estantes	20	427,600	21380	21380	21380	21380	21380	320,700
Sillas rimax	5	290,000	58000	58000	58000	58000	58000	-
Ventiladores de techo	10	724,800	72480	72480	72480	72480	72480	362,400
Mesa de madera	12	299,980	24998	24998	24998	24998	24998	174,988
Sillas giratorias	10	699,500	69950	69950	69950	69950	69950	349,750
Cinta métrica	1	36,000	36000	-	-	-	-	-
Caja de lápices de trazar x12	1	210,000	210000	-	-	-	-	-
Kit reglas curva francesa	3	260,700	86900	86900	86900	-	-	-
Kit alfileres 40 unidades x 96 ruedas	1	69,900	69900	-	-	-	-	-
Corta hilos	1	36,000	36000	-	-	-	-	-
Pie de ojal	2	559,500	279750	279750	-	-	-	-
Tijeras	3	159,750	53250	53250	53250	-	-	-
Sofá	7	1,978,000	282571	282571	282571	282571	282571	565,143
Rollo de Papel periódico x 200mts	1	150,000	150000	-	-	-	-	-
Kit Ganchos plásticos x60	2	294,000	147000	147000	-	-	-	-
Espejo	7	179,900	25700	25700	25700	25700	25700	51,400
Aire acondicionado	10	2,399,700	239970	239970	239970	239970	239970	1,199,850
Caja registradora	10	925,000	92500	92500	92500	92500	92500	462,500
Totales		39,742,330	5.437.722	4.935.822	4.509.072	4.368.922	4.368.922	16,121,870

Nota: Este valor corresponde a la depreciación de la maquinaria y equipo y; muebles y enseres de acuerdo con su vida útil. Fuente: elaboración propia.

Tabla 48. Remuneración personal administrativo

Cargo	remuneración mensual	Remuneración anual	Prestaciones sociales	Costo total
Gerente	1,702.853	20.434.236	10,488.893	30,923.129
Secretaria	980.657	11,767.884	6,040.455	17,808.339
Contador	500.000	6.000.000	-	6,000.000
Diseñadora	1,502.853	18,034.236	-	18,034.236
Vendedora	980.657	11,767.884	6,040.455	17,808.339
Auxiliar de oficios varios	980.657	11,767.884	6,040.455	17,808.339
Total				108,382.382

Nota: Esta tabla presenta el valor a pagar al personal administrativo, en un año de operación, cabe mencionar que al contador y la diseñadora trabajan bajo la modalidad de honorarios, los demás empleados cuentan con sus prestaciones sociales de acuerdo con la ley. Fuente: elaboración propia

Tabla 49. Otros gastos administrativos

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Arriendo	Unidad	12	2,500.000	30.000.000
Elementos de aseo y cafetería	Global	12	380.000	4,560.000
Industria y comercio	Unidad	1	980.000	980.000
Útiles y papelería	Global	12	350.000	4,200.000
Total				39,740.000

Nota: Este valor corresponde con los gastos que se requieren para el arrendamiento del lugar, gastos de administración, y elementos tanto de aseo como de cafetería y; los útiles y papelería necesarios para el funcionamiento adecuado de las labores administrativas. Fuente: elaboración propia.

Tabla 50. Gastos de venta

Detalle	Costo anual
Publicidad y promoción	3,600.000
Empaques	1,845.000
Total	5,445.000

Nota: Estos son los gastos en los que incurre la empresa en un año, relacionados con la publicidad y promoción, además de los empaques para el producto. Fuente: elaboración propia.

Tabla 51. Amortización de gastos diferidos

Activos	Plazo de amortización	Costo del activo	Valor amortización anual				
			1	2	3	4	5
Gastos preoperativos	5	7.050.000	1.410.000	1.410.000	1.410.000	1.410.000	1.410.000
	Valor a amortizar		1.410.000	1.410.000	1.410.000	1.410.000	1.410.000

Nota: El valor que corresponde a los activos intangibles o gastos preoperativos se amortiza a 5 años. Fuente: elaboración propia.

5.4 Distribución de costos

Tabla 52. Distribución de costos

Detalle	Costo	Costos fijos	Costos variables
Costo de producción			
Mano de obra directa	53,425.017		53,425.017
Mano de obra indirecta	59,275.967	59,275.967	
Materiales directos	80.810.000		80.810.000
Materiales indirectos	6.719.100		6.719.100
Servicios Públicos	22.140.000		22.140.000
Gastos por depreciación	5.437.722	5.437.722	
SUBTOTAL	227.807.806	64.713.689	163.094.117
Gastos de administración			
Sueldos y prestac.	108,382.382	108,382.382	
Otros Gast. Adm.	37,340.000	37,340.000	
Amortización gastos diferidos	1.410.000	1.410.000	
SUBTOTAL	147.132.382	147.132.382	
Gastos de venta			
Publicidad y Prom.	3,600.000	3,600.000	
Empaques	1,845.000	1,845.000	
Subtotal	5,445.000	5,445.000	
SUBTOTAL	380.385.188	217.291.071	163.094.117
TOTAL	380.385.188	217.291.071	163.094.117

Nota: La distribución de costos se realizó, teniendo en cuenta los valores totales de cada concepto, pero se debe tener en cuenta que los valores en materiales directos e indirectos de acuerdo con cada conjunto se encuentran en las tablas (35,36,37,38,39,40,41,42,43,44,45).

Fuente: Elaboración propia.

5.5 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio, punto muerto o umbral de rentabilidad es aquel nivel de ventas mínimo que iguala los costes totales a los ingresos totales. (Arias, 2020)

$$\text{Punto de Equilibrio} = \left(\frac{\text{Costo fijo total}}{\text{Precio de venta unitario} - \text{Costo variable unitario}} \right)$$

5.5.1 Costo variable unitario (CVU):

“Este valor se calcula dividiendo los costos variables, entre el número de unidades producidas en un periodo determinado”. (Munte, 2019)

Como la empresa ofertara 11 conjuntos de prendas de vestir, se calcula el costo variable total de cada conjunto, de acuerdo con los materiales directos e indirectos de cada uno, y sacando el 9% de los demás valores totales de los costos variables.

Para encontrar el punto de equilibrio necesitamos obtener el valor del costo variable unitario, por medio de la siguiente formula:

$$\text{Costo variable unitario} = \left(\frac{\text{Costo variable total}}{\text{Unidades producidas}} \right)$$

$$\text{Cvu: } \left(\frac{14.300.547}{336} \right) = \$42,561 \text{ Conjunto 1}$$

$$\text{Cvu: } \left(\frac{14.561.547}{336} \right) = \$43,338 \text{ Conjunto 2}$$

$$Cvu: \left(\frac{17.272.647}{336} \right) = \$ 51,407 \text{ Conjunto 3}$$

$$Cvu: \left(\frac{12.843.597}{336} \right) = \$ 38.225 \text{ Conjunto 4}$$

$$Cvu: \left(\frac{15.411.497}{336} \right) = \$ 45,868 \text{ Conjunto 5}$$

$$Cvu: \left(\frac{12.950.847}{336} \right) = \$ 38.544 \text{ Conjunto 6}$$

$$Cvu: \left(\frac{14.156.247}{336} \right) = \$ 42.132 \text{ Conjunto 7}$$

$$Cvu: \left(\frac{13.346.847}{336} \right) = \$ 39.723 \text{ Conjunto 8}$$

$$Cvu: \left(\frac{15.657.747}{336} \right) = \$ 46.600 \text{ Conjunto 9}$$

$$Cvu: \left(\frac{15.104.847}{336} \right) = \$ 44.955 \text{ Conjunto 10}$$

$$Cvu: \left(\frac{17.487.747}{336} \right) = \$52.047 \text{ Conjunto 11}$$

5.5.2 Precio de venta unitario (PVU):

Para obtener el punto de equilibrio es necesario obtener el precio de venta unitario de los conjuntos que la empresa ofertara, por medio de la siguiente formula:

$$\text{Precio de venta unitario} = \text{Costo unitario} + \frac{\text{Costo unitario} * \text{margen de utilidad}}{100 - \text{margen de utilidad}}$$

Pero cabe resaltar que para encontrar el valor del precio de venta unitario, vamos a tener que sacar el costo unitario de los conjuntos, el cual se obtiene dividiendo el costo total entre las unidades producidas.

Para lo cual se tomó los valores en materiales directos e indirectos, de acuerdo con cada conjunto y de los demás valores se sacó el 9% para obtener el costo total por conjunto.

$$\text{Costo unitario} = \frac{\text{Costo total}}{\text{Unidades producidas}}$$

$$\text{Cu: } \left(\frac{34.054.280}{336} \right) = \$ 101.352 \text{ Conjunto 1}$$

$$\text{Cu: } \left(\frac{34.315.280}{336} \right) = \$ 102.129 \text{ Conjunto 2}$$

$$\text{Cu: } \left(\frac{37.026.380}{336} \right) = \$ 110.198 \text{ Conjunto 3}$$

$$\text{Cu: } \left(\frac{32.597.330}{336} \right) = \$ 97.016 \text{ Conjunto 4}$$

$$\text{Cu: } \left(\frac{35.165.230}{336} \right) = \$ 104.658 \text{ Conjunto 5}$$

$$\text{Cu: } \left(\frac{32.704.580}{336} \right) = \$ 97.335 \text{ Conjunto 6}$$

$$\text{Cu: } \left(\frac{33.909.980}{336} \right) = \$ 100.923 \text{ Conjunto 7}$$

$$\text{Cu: } \left(\frac{33.100.580}{336} \right) = \$ 98.514 \text{ Conjunto 8}$$

$$\text{Cu: } \left(\frac{35.411.480}{336} \right) = \$ 105.391 \text{ Conjunto 9}$$

$$\text{Cu: } \left(\frac{34.858.580}{336} \right) = \$ 103.746 \text{ Conjunto 10}$$

$$\text{Cu: } \left(\frac{37.241.480}{336} \right) = \$ 110.838 \text{ Conjunto 11}$$

Al obtener el costo unitario se procede a realizar la formula del precio de venta unitario, la empresa maneja un margen de utilidad del 6% para cada conjunto.

Obteniendo así:

$$\text{Pvu: } 101.352 + \left(\frac{101.352 * 6}{100 - 6} \right) = \$ 107.821 \text{ **Conjunto 1**}$$

$$\text{Pvu: } 102.129 + \left(\frac{102.129 * 6}{100 - 6} \right) = \$ 108.648 \text{ **Conjunto 2**}$$

$$\text{Pvu: } 110.198 + \left(\frac{110.198 * 6}{100 - 6} \right) = \$ 117.231 \text{ **Conjunto 3**}$$

$$\text{Pvu: } 97.016 + \left(\frac{97.016 * 6}{100 - 6} \right) = \$ 103.208 \text{ **Conjunto 4**}$$

$$\text{Pvu: } 104.658 + \left(\frac{104.658 * 6}{100 - 6} \right) = \$ 111.339 \text{ **Conjunto 5**}$$

$$\text{Pvu: } 97.335 + \left(\frac{97.335 * 6}{100 - 6} \right) = \$ 103.548 \text{ **Conjunto 6**}$$

$$\text{Pvu: } 100.923 + \left(\frac{100.923 * 6}{100 - 6} \right) = \$ 107.364 \text{ **Conjunto 7**}$$

$$\text{Pvu: } 98.514 + \left(\frac{98.514 * 6}{100 - 6} \right) = \$ 104.802 \text{ **Conjunto 8**}$$

$$\text{Pvu: } 105.391 + \left(\frac{105.391 * 6}{100 - 6} \right) = \$ 112.118 \text{ **Conjunto 9**}$$

$$\text{Pvu: } 103.746 + \left(\frac{103.746 * 6}{100 - 6} \right) = \$ 110.368 \text{ **Conjunto 10**}$$

$$\text{Pvu: } 110.838 + \left(\frac{110.838 * 6}{100 - 6} \right) = \$ 117.912 \text{ **Conjunto 11**}$$

Luego de obtener el precio de venta unitario se procede a realizar la fórmula de punto de equilibrio para cada uno de los conjuntos.

$$\text{PE} = \frac{\text{Cft}}{\text{Pvu} - \text{Cvu}}$$

Obteniendo así los siguiente valores:

PE: 303 **Conjunto 1**

PE: 302 **Conjunto 2**

PE: 300 **Conjunto 3**

PE: 304 **Conjunto 4**

PE: 302 **Conjunto 5**

PE: 304 **Conjunto 6**

PE: 303 **Conjunto 7**

PE: 304 **Conjunto 8**

PE: 302 **Conjunto 9**

PE: 302 **Conjunto 10**

PE: 300 **Conjunto 11**

5.6 Capital de trabajo

Tabla 53. Programa de inversión fija del proyecto

Concepto	Años					
	0	1	2	3	4	5
Activos fijos tangibles						
Obras físicas						
Maquinarias y equipos	27.342.500					
Muebles y enseres	12.399.830					
Subtotal	39.742.330					
Activos diferidos						
Gastos pre- operativos	7.050.000					
Subtotal	7.050.000					
Total inversión fija	46.795.330					

Nota: esta tabla presenta la inversión fija del proyecto, la cual es necesaria para llevar a cabo la empresa. El año cero es el año base es decir el año de la inversión del proyecto. Fuente: elaboración propia.

Tabla 54. Cálculo del capital trabajo

Costo de operación anual:	
Costo de producción	222.370.084
Gastos de administración	145.722.382
Gastos de venta	5.445.000
Totales	373.537.466

Nota: la tabla presenta el valor de capital de trabajo en el que se incurrirá en el primer año de operación para llevar a cabo las actividades de la empresa. Los costos de producción se le resta la depreciación, a los gastos de administración se le resta la amortización de gastos diferidos, porque esos valores no generan salidas de dinero y se agrega los gastos de venta; esta sumatoria corresponde al total en capital de trabajo. Fuente: elaboración propia.

Para realizar el cálculo del capital de trabajo se hace con un ciclo operativo de 30 días.

$$\frac{373.537.466}{360} = \mathbf{1.037.604}$$

$$1.037.604 \times 30 = 31.128.120$$

ICT= 31.128.120

Tabla 55. Inversión en capital de trabajo

Detalle	Años				
	0	1	2	3	4
Capital de trabajo	31.128.120	1.182.869	1.227.818	1.274.475	1.322.905

Nota: en la tabla se presenta la inversión en capital de trabajo, la cual se proyecta a 4 años con un índice de inflación del 3.80%. Fuente: elaboración propia.

Tabla 56. Programa de inversión

Detalle	Años					
	0	1	2	3	4	5
Inversión fija	46.795.330					
Capital de trabajo	31.128.120	1.182.869	1.227.818	1.274.475	1.322.905	

Nota: en la tabla se presenta el programa de inversión, teniendo en cuenta la inversión fija y el capital de trabajo proyectado con una tasa de inflación del 3.80%. Fuente: elaboración propia

Tabla 57. Valor residual de activos

Detalle	Años					
	0	1	2	3	4	5
Activos de producción						16.121.870
Subtotal activos de producción						16.121.870
Valor residual capital de trabajo						36.136.187
Total valor residual						52.258.057

Nota: la tabla presenta el valor residual de los activos de producción, (maquinaria y equipo y muebles y enseres); además, tenemos el valor residual de capital de trabajo el cual es la sumatoria del valor, más las proyecciones con un índice de inflación del 3.80%. Fuente: elaboración propia.

5.7 Flujo neto de inversión

Tabla 58. *Flujo neto de inversión*

Detalle	Años					
	0	1	2	3	4	5
Inversión	46.795.330					
fijas						
Capital de trabajo	31.128.120	1.182.869	1.227.818	1.274.475	1.322.905	
Valor residual						52.258.057
Inversiones	77,923.450	1.182.869	1.227.818	1.274.475	1.322.905	52.258.057

Nota: El flujo neto de inversión presenta los valores de acuerdo con la inversión fija y en capital de trabajo, más el valor residual, para los años de 0 a 5. Fuente: elaboración propia.

5.8 Proyecciones financieras

Tabla 59. Ingreso por producto

Ingreso por producto			
Concepto	Precio de venta unitario	Unidades producidas	Total
Blusa con bolero+ Short	107.821	336	36.227.856
Blusa sin manga+ Capri	108.648	336	36.505.728
Camisa manga larga + Pantalón largo	117.231	336	39.389.616
Crop top + Falda corta	103.208	336	34.677.888
Blusa asimétrica+ Falda larga	111.339	336	37.409.904
Enterizo corto	103.548	336	34.792.128
Enterizo largo	107.364	336	36.074.304
Vestido corto	104.802	336	35.213.402
Vestido largo	112.118	336	37.671.648
Camisa ¾ + Bermuda	110.368	336	37.083.648
Camisa manga larga + Pantalón largo	117.912	336	39.618.432
Total		3.696	404.664.554

Nota: la tabla presenta los ingresos por productos para el primer año de operación, en el que se multiplica el precio de venta unitario por las unidades a producir. Fuente: elaboración propia.

Tabla 60: Presupuesto por ingreso

Nota: la tabla muestra los valores de los ingresos del primer año, más la proyección de los años siguientes teniendo en cuenta la tasa de inflación, del 3,80% Fuente: elaboración propia.

Detalle		años				
		1	2	3	4	5
Ingresos	por	404.664.554	420.041.807	436.003.395	452.571.524	469.769.242
	ventas					
Total ingresos		404.664.554	420.041.807	436.003.395	452.571.524	469.769.242

Tabla 61: *Presupuesto de costos de producción*

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Costos directos					
Materiales directos	80.810.000	83.880.780	87.068.250	90.376.844	93.811.164
Mano de obra directa	53.425.017	55,455.168	57,562.464	59,749.838	62,020.332
Depreciación	5.437.722	4.935.822	4.509.072	4.368.922	4.368.922
Subtotal costo directo	139.672.739	144.272.370	149.139.786	154.495.604	160.200.418
Gastos generales por depreciación					
Materiales indirectos	6.719.100	6.974.426	7.239.454	7.514.553	7.800.106
Mano de obra indirecta	59.275.967	61,528.454	63.866.535	66,293.463	68,812.615
servicios	22.140.000	22.981.320	23.854.610	24.761.085	25.702.006
Subtotal	88.135.067	91.484.200	94.960.599	98.569.101	104.314.727
Total	227.807.806	235.756.570	244.100.385	253.064.705	264.515.145

Nota: en la tabla se colocan los valores de los costos de producción y son proyectados a 5 años de acuerdo con la tasa de inflación del 3.80%, la depreciación se toma de la tabla 47 (gastos por depreciación). Fuente: elaboración propia.

Tabla 62: *Presupuesto de gastos de administración*

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Sueldos y prestaciones	108,382.382	112,500.913	116,775.948	121,213.434	125,819.544
Otros gastos administrativos	37,340.000	38,758.920	40,231.759	41,760.566	43,347.468
Amortización	1.410.000	1.410.000	1.410.000	1.410.000	1.410.000
Total	147.132.382	152.669.833	158.417.707	164.384.000	170.577.012

Nota: los gastos de administración son proyectados a 5 años de acuerdo con la tasa de inflación del 3.80%, mientras la amortización es tomada de la tabla 51 (amortización de gastos diferidos).

Fuente elaboración propia.

Tabla 63: *Presupuesto gasto de venta*

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Publicidad y Prom.	3,600.000	3,736.800	3,878.798	4,026.192	4,179.187
Empaques	1,845.000	1,915.110	1,987.884	2,063.424	2,141.834
Total	5,445.000	5,651.910	5,866.682	6,089.616	6,321.021

Nota: el presupuesto de gasto de venta se toma los valores y se proyectan a 5 años de acuerdo con la tasa de inflación. Fuente: elaboración propia.

Tabla 64: *Presupuesto de costos operacionales*

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Costos de producción	227.807.806	235.756.570	244.100.385	253.064.705	264.515.145
Gastos de administración	146,800.757	152,338.208	158,086.082	164,052.375	170,245.387
Gastos de venta	5,445.000	5,651.910	5,866.682	6,089.616	6,321.021
Total	380.053.563	393.746.688	408.053.149	423.206.396	441.081.553

Nota: el costo total de operaciones es proyectado a 5 años, de acuerdo con el tasa de inflación del 3.80%. Fuente: elaboración propia.

5.9 Flujo neto de operación

Tabla 65: *Flujo neto de operación*

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Ingresos operacionales	404.664.554	420.041.807	436.003.395	452.571.524	469.769.242
Egresos operacionales	380.053.563	393.746.688	408.053.149	423.206.396	441.081.553
Utilidad operacional	24.610.991	26.295.119	27.950.246	29.365.128	28.687.689
Impuestos (32%)	7.875.517	8.414.438	8.944.078	9.396.840	9.180.060
Utilidad neta más depreciación	16.735.474	17.880.682	19.006.168	19.968.288	19.507.629
Más amortización	1.410.000	1.410.000	1.410.000	1.410.000	1.410.000
Flujo neto de operación	23.583.196	24.226.503	24.925.240	25.747.210	25.286.551

Nota: Este es el estado de resultado de la empresa, donde se obtiene la utilidad operacional, restándole a los ingresos los egresos, y al sacar el 32% de impuestos, se obtiene la utilidad neta y

sumando la amortización y la depreciación tenemos el flujo neto de operación. Fuente: elaboración propia.

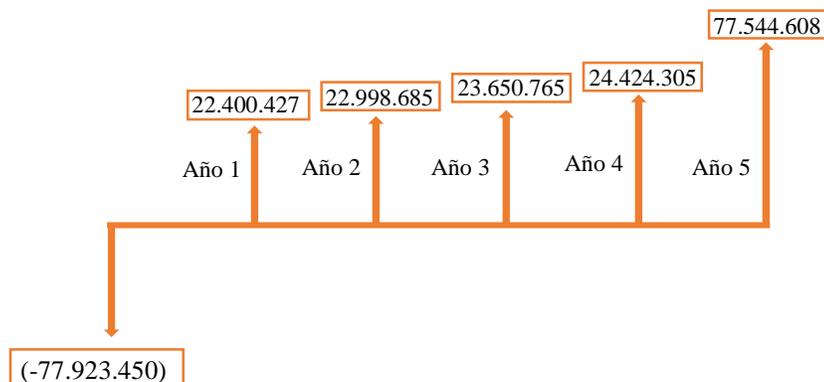
5.10 Flujo neto del plan de negocios

Tabla 66: *Flujo neto del plan de negocios*

Detalle	Años					
	0	1	2	3	4	5
Flujo neto de inversión	(-77,923.450)	(1.182.869)	(1.227.818)	(1.274.475)	(1.322.905)	52.258.057
Flujo neto de operación		23.583.196	24.226.503	24.925.240	25.747.210	25.286.551
Total neto del proyecto	(-77,923.450)	22.400.427	22.998.685	23.650.765	24.424.305	77.544.608

Nota: La tabla presenta el flujo neto de inversión del proyecto, para el año 0 la inversión inicial es de 77,923.450, a los años 1, 2,3 y 4 se le resta al flujo neto de operación, el flujo neto de inversión, porque tenemos utilidad menos inversión y para el año 5 se suma el flujo neto de operación más el flujo neto de inversión, pues se tiene la utilidad más el valor residual. Fuente: elaboración propia.

Figura 5: Representación gráfica del flujo neto del proyecto



5.11 Evaluación financiera: VPN, TIR, RB/C

Tabla 67. Valor presente neto

Tasa de oportunidad	Año	Valor	VPN
20%	Año 0	-77.923.450	
	Año 1	22.400.427	
	Año 2	22.998.685	
	Año 3	23.650.765	13.343.802
	Año 4	24.424.305	
	Año 5	77.544.608	

Nota: El valor presente neto se obtiene con base en los valores del flujo neto de inversión, con una tasa de oportunidad del 20%. Fuente: elaboración propia.

Tabla 68. Tasa Interna de retorno

Año	Valor	TIR
0	- 77,923,450	
1	22.400.427	
2	22.998.685	26%
3	23.650.765	
4	24.424.305	
5	77.544.608	

Nota: La inversión en el proyecto tiene una rentabilidad del 26%, por lo cual, siendo mayor a la tasa de oportunidad, la idea de negocio es factible. Fuente: elaboración propia

Tabla 69: *Razón beneficio costo*

Año	Beneficio	Costo	RB/C
Año 1	22.400.427		
Año 2	22.998.685		
Año 3	23.650.765		2.19
Año 4	24.424.305		
Año 5	77.544.608	- 77,923,450	
Total	171.018.790	- 77,923,450	

Nota: El valor anterior indica que, por cada peso invertido, se obtendrá \$1.19 de ingresos.

Fuente: elaboración propia.

Fuentes de financiación

La empresa AT KIDS se basará en el capital que aportarán los socios que harán parte de ella, luego de la propuesta de negocio expuesta a los posibles interesados. De igual manera se acudirá a préstamos financieros en bancos para suplir la totalidad de la inversión y así poner en marcha el proyecto.

Conclusiones

Finalmente se puede partir determinando que de acuerdo con los estudios realizados con el módulo de mercado se comprobó a través de los resultados obtenidos, la factibilidad de crear una empresa dedicada al diseño, confección y comercialización de ropa infantil en el municipio de Sahagún, ya que de acuerdo al respectivo estudio, se conoció la capacidad de pago adecuada para poder continuar con el proyecto y empezar a tomar decisiones en pro de la ejecución de los procesos.

Luego de estudiar la proyección de la demanda y oferta, los datos arrojados, fueron bastantes satisfactorios para comprobar la aceptación de nuestro producto en el mercado, pues se muestra una alta necesidad de éste, por lo cual es pertinente poder empezar a llevar a cabo el proyecto.

De igual manera en el estudio técnico se pudo conocer todo lo relacionado con la capacidad que tiene nuestra empresa para con la fabricación de nuestros productos, la estructura de la planta de producción y demás procesos que intervienen para lograr crear un producto de calidad ante el mercado, por supuesto llevando a cabo el ordenamiento de las actividades a realizar, estipuladas en el flujo de procesos, con el fin de aplicar toda la eficiencia y eficacia posible y poder alcanzar las metas propuestas que tenemos como organización. En este estudio se estableció la distribución formal de las tareas y por supuesto la capacidad operativa de la empresa.

Y por último a través del estudio financiero vamos a lo que más nos interesa en temas de rentabilidad. Partiendo de que la empresa es un plan de negocios 100% viable en términos financieros de acuerdo con los cálculos obtenidos a partir de indicadores financieros como el VPN, con una tasa de oportunidad del 20% el cual genera una riqueza de \$13.343.802, de igual manera se tiene la TIR que genera una rentabilidad del 26% en la inversión, y en la relación costo beneficio vemos que por cada peso invertido se ganará \$1.19, por ende, es una idea de negocio rentable y que puede ser considerada.

Recomendaciones

- ❖ Se le recomienda a la empresa AT Kids generar proyectos que lleven como fin fomentar cada vez más la participación de la población de madres cabeza de hogar en la empresa, para ofrecerles oportunidades de mejoramiento y así poder tener una buena calidad de vida y poderles ofrecer a sus hijos un mejor futuro.
- ❖ Ir de la mano siempre con la innovación y las buenas tecnologías, pues estas se convierten en excelentes aliadas para que la empresa se vuelva más competente e interactúe y esté más cerca de los clientes, ofreciéndole siempre lo mejor en sus productos, utilizando herramientas tecnológicas que cada día le van a permitir ir creciendo, expandiéndose y por supuesto fortaleciéndose en los mercados.
- ❖ Se le recomienda crear hábitos y prácticas que vayan de la mano con el cuidado del medio ambiente, como hacer buen uso y reciclar las telas sobrantes de los procesos de confección, con el fin de lograr un buen desarrollo sostenible.
- ❖ Seguir fomentando el emprendimiento en el municipio de Sahagún, apoyando iniciativas de negocios y contribuir a que se lleven a cabo para aportar al crecimiento empresarial y el desarrollo económico de la ciudad cultural del departamento de Córdoba.
- ❖ Y por último se recomienda a la empresa, estar en constante capacitación y mejoramiento en los procesos de producción, marketing y ventas, para ser una empresa cada día más atractiva con respecto a la inversión, y lo más importante, que es adaptarse a los invariables cambios y las exigencias que tienen los mercados.

Bibliografía

- Acropolis textil*. (28 de 10 de 2020). Obtenido de Popelina stretch:
<https://acropolistextil.com.mx/producto/popelina-stretch/#:~:text=La%20Popelina%20stretch%20es%20una,fabricar%20camisas%20y%20blusas%20casuales.&text=Es%20una%20tela%20ligera%2C%20fresca,al%20cuerpo%20de%20la%20persona>.
- Anáhuac Mayab*. (28 de 10 de 2020). Obtenido de Diseño de Moda: ¿De qué se trata la carrera y en qué puedes trabajar?: <https://merida.anahuac.mx/licenciaturas/blog/diseño-de-moda-de-que-se-trata-la-carrera-y-en-que-puedes-trabajar/#:~:text=El%20dise%3%B1o%20de%20moda%20es%20la%20aplicaci%3%B3n%20de%20los%20principios,donde%20son%20creados%20y%20utilizados>.
- Arias, E. R. (31 de 10 de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Punto de equilibrio:
<https://economipedia.com/definiciones/punto-de-equilibrio.html>
- Cabrera, J. L. (2020). *Gestiopolis*. Obtenido de Estudio técnico de proyectos:
<https://www.gestiopolis.com/estudio-tecnico-de-proyectos-presentacion/>
- Copyright. (2018). Obtenido de <https://www.colombialelegalcorp.com/blog/consiste-reglamento-interno-trabajo/#:~:text=El%20Reglamento%20Interno%20de%20Trabajo,de%20los%20trabajadores%20al%20empleador>.

Dane. (13 de 10 de 2020). *Dane*. Obtenido de Empleo informal y seguridad social:

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

Definición.de. (28 de 10 de 2020). Obtenido de Confección:

<https://definicion.de/confeccion/#:~:text=Confecci%C3%B3n%20que%20tiene%20su%20origen,%20medicamentos%20perfumes%20etc.>

Definición.de. (28 de 10 de 2020). Obtenido de Comodidad: <https://definicion.de/comodidad/>

Definición.de. (28 de 10 de 2020). Obtenido de Ropa casual: <https://definicion.de/ropa-casual/>

Definición.de. (28 de 10 de 2020). Obtenido de Exclusivo: <https://definicion.de/exclusivo/>

Dsigno. (01 de 03 de 2018). Obtenido de Los tipos de telas y sus usos (III):

<https://www.dsigno.es/blog/disenio-de-moda/los-tipos-de-telas-y-sus-usos-iii>

educa-eco. (28 de 10 de 2020). Obtenido de La calidad de las prendas ¿Un criterio pasado de

moda?: <http://educa-eco.net/la-calidad-las-prendas-esta-pasada-moda/>

Escueladesarts. (11 de 03 de 2019). Obtenido de La evolución de la moda infantil:

<https://www.escueladesarts.com/blog/evolucion-moda-infantil/>

Federico. (28 de 10 de 2020). *Estudio financiero*. Obtenido de Zona economica:

<https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>

Galán, J. S. (2020). *Economipedia*. Obtenido de Empresa:

<https://economipedia.com/definiciones/empresa.html>

Galán, J. S. (2020). *Estudio de mercado*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html>

Grupogct. (28 de 10 de 2020). Obtenido de Evaluación financiera:
<https://www.grupogct.co/evaluacion-financiera-de-proyectos/>

Leyton, R. U. (28 de 10 de 2020). *Gestiopolis*. Obtenido de Cálculo de la relación Beneficio Coste (B/C): <https://www.gestiopolis.com/calculo-de-la-relacion-beneficio-coste/>

Maria Granel. (13 de 05 de 2020). *Rankia*. Obtenido de ¿Cómo calcular el valor presente neto? ejemplos: <https://www.rankia.cl/blog/analisis-ipsa/3892041-como-calcular-valor-presente-neto-ejemplos>

Miranda, J. J. (2005). *¿Qué es el estudio de factibilidad en un proyecto?* Obtenido de Gestiopolis:
<https://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/>

muchosnegociosrentables.com. (2020). Obtenido de
<https://muchosnegociosrentables.com/montar-tienda-ropa-infantil/>

Muente, G. (20 de 04 de 2019). *Rockcontent*. Obtenido de ¿Qué es el punto de equilibrio y cómo identificarlo?: <https://rockcontent.com/es/blog/punto-de-equilibrio/>

Ochoa, D., & Ordoñez, A. (2004). Informalidad en Colombia. causas, efectos y características de la economía del rebusque. *Estudios gerenciales*, 108.

Ordoñez, M. J. (2017). *La moda infantil y su impacto en Colombia*. Obtenido de https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/83660/1/TG01924.pdf

Qué es un estudio de factibilidad del mercado. (2020). Obtenido de QuestionPro:
<https://www.questionpro.com/blog/es/factibilidad-del-mercado/>

QuestionPro. (2020). Obtenido de ¿Qué es un estudio de mercado?:
<https://www.questionpro.com/es/estudio-de-mercado.html>

QuestionPro. (28 de 10 de 2020). Obtenido de ¿Qué es un estudio de factibilidad del mercado?:
<https://www.questionpro.com/blog/es/factibilidad-del-mercado/>

Quiroa, M. (s.f.). *Estudio de factibilidad.* Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html>

Reynolds. (2004). En A. G. Rearte, *El proceso de creación de empresas: Factores determinantes y diferencias espaciales* (pág. 18). Mar de plata.

Romero, M., & Babé, I. (18 de Julio de 2018). *El momento del impacto social en la empresa.*
Obtenido de Diario_responsable: <https://diarioresponsable.com/opinion/26646-el-momento-del-impacto-social-en-la-empresa>

Sanz, S. (30 de Agosto de 2020). *Impacto colectivo.* Obtenido de Social Gob:
<https://socialgob.org/impacto-colectivo/>

Significados. (28 de 10 de 2020). Obtenido de Significado de outfit:
<https://www.significados.com/outfit/>

Solero, M. P. (2010). Obtenido de <https://www.eleconomista.es/primer-empleo/noticias/2647107/12/10/El-papel-de-las-empresas-en-la-economia.html>

Torres, M. (13 de 05 de 2020). *Rankia*. Obtenido de Tasa Interna de Retorno (TIR): definición, cálculo y ejemplos: <https://www.rankia.cl/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos>

Webnode. (2020). Obtenido de Estudio Organizacional: <https://estudio-organizacional.webnode.mx/#:~:text=El%20estudio%20organizacional%20busca%20determinar,de%20inversi%C3%B3n%20operaci%C3%B3n%20y%20mantenimiento.>

El pais. (25 de abril de 2019). Obtenido de ¿Qué son las empresas S.A.S. y cómo crearlas?: <https://www.elpais.com.co/economia/que-son-las-empresas-s-a-s-y-como-crearlas.html>

Restrepo, M. (29 de noviembre de 2019). *Rankia*. Obtenido de SAS Colombia: definición, características y ventajas: <https://www.rankia.co/blog/mejores-cdts/3759467-sas-colombia-definicion-caracteristicas-ventajas>

Anexos

Anexo 1 *Matrices de validación del instrumento*

Matriz 1 de validación de instrumento

Nombre del instrumento: Encuesta

Objetivo: Comprobar la factibilidad de crear una empresa de diseño y confección de ropa casual exclusiva para niños en el municipio de Sahagún.

Variable que evalúa: Oferta y Demanda

Dirigido a: Comité y Currículo

Apellidos y nombres del evaluador: Carlos Alfonso Márquez Ángel

Grado Académico del Evaluador: Posdoctor en Procesos Sintagmáticos de Ciencia e Investigación

Valoración Final:

MUY ALTO	ALTO	MEDIO	BAJO
	x		

Para validar la información contactarse al siguiente Número 311 408 7554
Carlos Márquez

Tabla 70: Matriz de validación 1

No.	Ítems / Subsistemas	¹ Pertinencia		² Relevancia		³ Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	1. ¿Tiene usted hijos menores de 14 años?	X		x		X		
1	Si							
2	No							
3	Si su respuesta es negativa pase a la pregunta 3	X		X		X		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
5	2. ¿Sus hijos son de sexo?	X		X		X		Cambiar la palabra “sexo” por “género”.
6	Masculino Cuantos ____	X		X			X	En las respuestas deberían quitar la opción de “cuantos” y crear otra pregunta con esa expresión.
7	Femenino Cuantos ____	X		X			X	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
11	3. En caso de no tener hijos, ha comprado ropa infantil con el fin de regalarla a otros familiares diferentes a los hijos?							
12	Si	X		X		X		
13	No							
14	En caso de ser su respuesta negativa pase a la pregunta 17		X		X		X	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
22	4. ¿Con qué frecuencia compra usted prendas infantiles?	X		X		X		
23	Mensual	X		X		X		
24	Semestral	X		X		X		
25	Anual	X		X		X		
26	No compra		X		X		X	No es necesario poner este tipo de respuestas para con esta pregunta, pues si la persona pasa a esta pregunta es porque efectivamente SI compra ropa infantil
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	

30	5. ¿Qué cantidad adquiere usted de prendas infantiles?	X		X		X		
31	_____ (0-50)	X		X		X		
32		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
33	6. ¿En promedio gasta en la compra de ropa infantil?	X		X		X		Cambiar la palabra “gasta” por “cuanto invierte” en la compra de ropa infantil
34	_____ (0 - \$500.000)	X		X			X	Cambiar esta respuesta y establecer un rango.
35		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
36	7. ¿Qué estilo de conjunto suele comprar a sus niños?	X		X		X		
37	Conjunto elegante	X		X		X		
	Conjunto casual	X		X		X		
	Conjunto deportivo	X		X		X		
	Otro Cual _____	X		X		X		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	8. ¿Dónde compra usualmente la ropa infantil?	X		X		X		
	Almacenes	X		X		X		
	Pedido por catálogo	X		X		X		
	Páginas web	X		X		X		
	Otros Cual _____	X		X		X		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	9. ¿En qué zona del municipio le gustaría que estuviera ubicada la empresa AT Kids?		X		X	X		Borrar esta pregunta, no es de relevancia, ni necesaria.
	Norte		X		X		X	
	Centro		X		X		X	
	Sur		X		X		X	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	10. ¿Qué característica tiene en cuenta al momento de comprar ropa de niños?	X		X		X		

Precio	X		X		X		
Moda	X		X		X		
Marca	X		X		X		
Calidad	X		X		X		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un conjunto casual infantil; exclusivo y de calidad?		X		X	X		Borrar esta pregunta, en ninguna encuesta es conveniente para el investigador, hacer este tipo de preguntas al consumidor, pues puede ser una desventaja para él.
50.000-60.000		X		X		X	
70.000- 80.000		X		X		X	
90.000 – 100.000		X		X		X	
Otro valor Cuanto _____		X		X		X	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
12. ¿Por qué medio le gustaría recibir información de nuestros productos?	X		X		X		
Correo	X		X		X		
Redes sociales	X		X		X		
WhatsApp	X		X		X		
Otros	X		X		X		
13. ¿Cuándo realiza compras de prendas infantil, efectúa el pago por medio de?	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Tarjeta de crédito	X		X		X		
Efectivo	X		X		X		
Código QR		X		X		X	Sugiero que este tipo de respuestas generaría confusión en los consumidores y no sería pertinente utilizarlo. Por lo cual se deben usar otros medios de pago que sean más comunes.

	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
17. ¿Porque no compra ropa infantil?		X		X		X	Esta pregunta ya no es pertinente pues ya se realizó anteriormente, por lo cual es innecesario tenerla ahí.
No tiene hijos		X		X		X	
No tiene familiares pequeños		X		X		X	
Hace usted misma la ropa de sus hijos		X		X		X	
Otro Cual _____		X		X		X	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
18. ¿Considera usted que hace falta en el municipio de Sahagún una boutique infantil donde se ofrezcan diseños exclusivos y de calidad para los niños sahadunenses?	X		X		X		
Si	X		X		X		
No	X		X		X		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
19. ¿Nos recomendaría alguna sugerencia comercial para este tipo de negocios en el municipio de Sahagún?		X		X		X	Eliminar esta pregunta, pues no resulta pertinente y podría incomodar al consumidor.

Observaciones (Precisar si hay suficiencia): _____.

Opinión de aplicabilidad por parte del investigador: Aplicable (x) Aplicable luego de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del investigador que evalúa: Marquéz Ángel Carlos

Grado y especialidad: Posdoctor en Procesos Sintagmáticos de Ciencia e Investigación

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: el ítem es apropiado para representar el componente del constructo planteado.

³Claridad: El ítem se entiende sin dificultad, además es exacto y directo.

Matriz 2 de validación del instrumento

Nombre del instrumento: Encuesta

Objetivo: La encuesta tiene como finalidad, conocer al mercado de Sahagún; la posibilidad de crear la empresa AT Kids, dedicada al diseño y confección de ropa casual exclusiva para niños.

Variable que evalúa: Demanda y oferta

Dirigido a: Comité y currículo

Apellidos y nombres del evaluador: Edgar Prioló Romero

Grado Académico del Evaluador: Doctor en Administración Gerencial

Valoración Final:

MUY ALTO	ALTO	MEDIO	BAJO
	x		



FIRMA DEL EVALUADOR

Tabla 71: Matriz de validación

No.	Ítems / Subsistemas	¹ Pertinencia		² Relevancia		³ Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	1. ¿Es usted padre de familia?	X		X		X		Si la persona en la primera pregunta responde no, establecer otra pregunta en el cuestionario para los clientes de enganche.
2	Sí	X		X		X		
3	No	X		X		X		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
5	2. ¿Sus hijos son de sexo?	X		X		X		
6	Masculino Cuantos ____	X		X		X		
7	Femenino Cuantos_____	X		X		X		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
11	3. En caso de no tener hijos, ha comprado ropa infantil con el fin de regalarla a otros familiares diferentes a los hijos?	X		X		X		
12	Si	X		X		X		
13	No	X		X		X		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
22	4. ¿Con qué frecuencia compra usted prendas infantiles?	X		X		x		
23	Mensual	X		X		X		
24	Semestral	X		X		X		
25	Anual	X		X		X		
26	No compra	X			X	X		

		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
30	5. ¿Qué cantidad adquiere usted de prendas infantiles?	X			X	X		
31	_____ (0-50)	X		X		X		
32		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
33	6. ¿En promedio, cuanto gasta en la compra de ropa infantil?	X		X			X	El término “cuanto” es de costo, muy diferente al pago o precio. Debe ser; ¿En promedio gasta en compras de ropa infantil?
34	_____ (0 - \$500.000)	X		X			X	
35		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
36	7. ¿Qué estilo de conjunto suele comprar a sus niños?	X		X		X		
37	Conjunto elegante	X		X		X		
38	Conjunto casual	X		X		X		
39	Conjunto deportivo	X		X		X		
40	Otro Cual _____	X			X		X	
41		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
42	8. ¿En qué zona del municipio le gustaría que estuviera ubicada la empresa AT Kids?	X		X		X		
43	Norte	X		X		X		
	Centro	X		X		X		
	Sur	X		X		X		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	9. ¿Al momento de realizar su compra en un almacén que tan importante es para usted que la empresa se encuentre bien estructurada y legalmente constituida?		X		X	X		Quitar esta pregunta, pues no es de interés, dado el tipo de estudio.
	No es importante		X		X	X		
	Poco importante		X		X	X		
	Muy importante		X		X	X		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	

	11. Al momento de realizar sus compras, tiene empresas comprometidas con el medio ambiente.		X		X		X	Borrar esta pregunta, pues no es de interés.
	Si		X		X	X		
	No		X		X	X		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un conjunto casual infantil; exclusivo y de calidad?	X			X	X		
	50.000-60.000		X		X	X		
	70.000- 80.000		X		X	X		
	90.000 – 100.000		X		X	X		
	Otro valor Cuanto _____		X		X		X	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	13. ¿Dónde compra usualmente la ropa infantil?	X		X		X		
	Almacenes	X		X		X		
	Pedido por catálogo	X		X		X		
	Páginas web	X		X		X		
	Otros Cual _____	X		X		X		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	14 ¿Por qué medio le gustaría recibir información de nuestros productos?	X		X		X		
	Correo	X		X		X		
	Redes sociales	X		X		X		
	Whatsapp	X		X		X		
	Otros	X		X		X		

Nota: las preguntas todas deben estar encaminadas desde la perspectiva del mercado o mercadeo. Preguntas de Servicio, precio, promoción, competencia, proveedores, y necesidades del cliente en general, calidad de productos y servicios, etc.

Observaciones (Precisar si hay suficiencia): _____.

Opinión de aplicabilidad por parte del investigador: Aplicable (x) Aplicable luego de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del investigador que evalúa: Prioló Romero Edgar.

Grado y especialidad: Doctor en Administración Gerencial

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: el ítem es apropiado para representar el componente del constructo planteado.

³Claridad: El ítem se entiende sin dificultad, además es exacto y directo.

Anexo 2 *Estudio de mercado***Encuesta****Estrato:**

1. ¿Tiene usted hijos entre los 2 a 14 años?

O Si

O No

Si su respuesta es negativa pase a la pregunta 3

2. ¿Cuántos hijos tiene?

O 1

O 2

O 3

O Mas de 3

3. El género de su(s) hijo(s) es:

O Masculino

O Femenino

O Ambos

4. Ha comprado conjuntos de prendas de vestir para niños, niñas o preadolescentes entre los (2 a 14 años) con el fin de regalarlo?

O Si

O No

5. ¿Con qué frecuencia compra usted conjuntos de prendas de vestir para niños, niñas o preadolescentes entre los 2 a 14 años?

O Mensual

O Semestral

O Anual

6. ¿Qué cantidad adquiere usted de conjuntos de prendas de vestir para niños, niñas o preadolescentes entre los (2 a 14 años)?

7. ¿Cuánto invierte usted, cuando compra conjuntos de prendas de vestir a los niños, niñas o preadolescentes entre los (2 a 14 años)?

\$0 - \$40.000

\$40.0000 - \$80.000

\$80.000 - \$120.000

Más de \$120.000

8. ¿Qué estilo de conjunto de prendas de vestir infantil o para preadolescentes entre los (2 a 14 años), suele comprar?

Conjunto elegante

Conjunto casual

Conjunto deportivo

9. ¿Dónde compra usualmente los conjuntos de prendas de vestir infantil o para preadolescentes entre los (2 a 14 años)?

Almacenes (Tierra Santa, Miniprecios, Surtidora del bebé).

Almacenes de cadena (Olímpica).

Pedidos por catálogo

Páginas web

10. ¿Qué característica tiene en cuenta al momento de comprar conjuntos de prendas de vestir infantil o para preadolescentes entre los (2 a 14 años)?

O Precio

O Moda

O Marca

O Calidad

O Diseños exclusivos

11. ¿Cuándo realiza compras de conjuntos de prendas de vestir infantil o para preadolescentes entre los (2 a 14 años) efectúa el pago por medio de:

O Tarjeta crédito

O Tarjetas débito

O Efectivo

O Créditos

12. En la escala del 1 al 5, que calificación le da usted a la ropa infantil que se vende en el municipio de Sahagún.

Teniendo en cuenta que 1 es la calificación más baja y 5 la calificación más alta

O 1

O 2

O 3

O 4

O 5

13. ¿Por qué medio le gustaría recibir información de nuestros productos?

O Email

O Redes sociales

O WhatsApp

O Correo físico

14. ¿Considera usted que hace falta en el municipio de Sahagún una boutique infantil donde se ofrezcan diseños exclusivos y de calidad para los niños, niñas y preadolescentes entre los (2 a 14 años) del municipio de Sahagún?

O Si

O No

Analisis de resultados

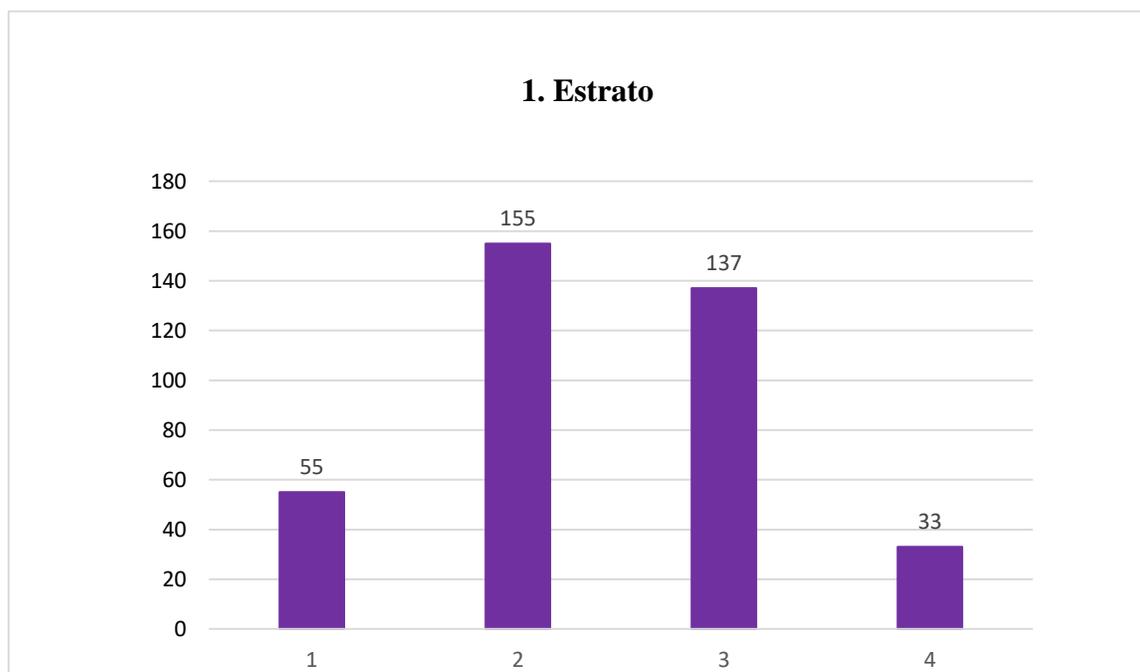
1. Estrato

Tabla 72: Estrato

1. Estrato		
Respuesta	Número de Personas	%
1	55	14,5%
2	155	40,8%
3	137	36%
4	33	8,7%
Total	380	100%

Fuente: elaboración propia

Figura 6 Estrato



Fuente: elaboración propia

Análisis

Al investigar sobre el estrato de las personas en el municipio de Sahagún, se determinó que el 40.8% afirma ser de estrato 2, mientras que el 36% de la población respondió que pertenecen al estrato 3, el 14. 5% afirma ser de estrato 1 y por último el 8.7% dice ser de estrato 4. Del anterior estudio se determina que el estrato más común entre las personas encuestadas es el 3. Lo que permite conocer un poco sobre el nivel de poder adquisitivo de gran parte de la población objetiva.

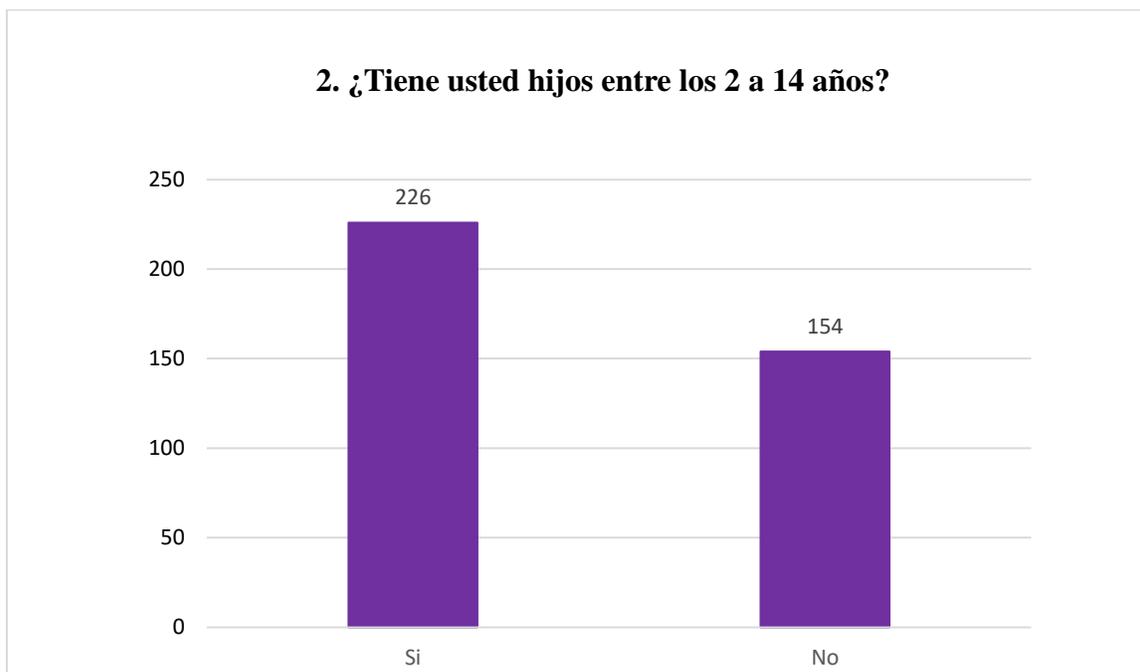
2. ¿Tiene usted hijos entre los 2 a 14 años?

Tabla 73: ¿Tiene usted hijos entre los 2 a 14 años?

2. ¿Tiene usted hijos entre los 2 a 14 años?		
Respuesta	Número de Personas	%
Si	226	59,5%
No	154	40,5%
Total	380	100%

Fuente: elaboración propia

Figura 7 ¿Tiene usted hijos entre los 2 a 14 años?



Elaboración propia

Análisis

Tras la recolección de datos “si tienen hijos entre los 2 a 14 años” los habitantes de Sahagún el, 59.5% afirma tener hijos en este rango de edad, mientras que el 40.5% afirma No tener hijos en este rango de edad. En este caso, hay una alta población de habitantes que tienen hijos de estas edades.

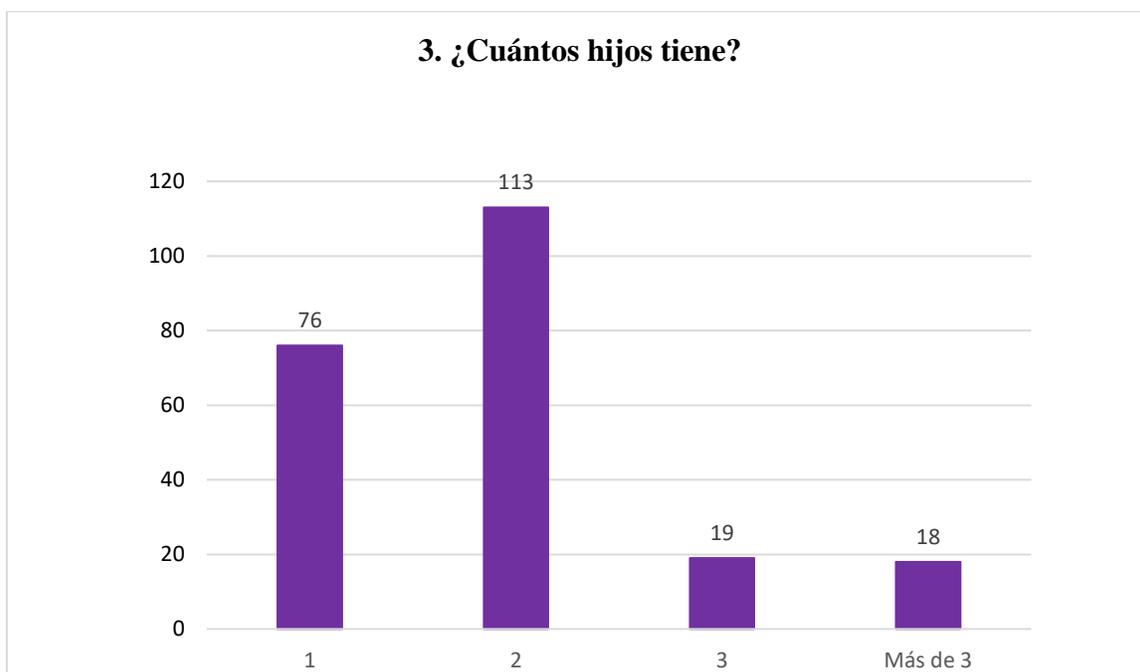
3. ¿Cuántos hijos tiene?

Tabla 74: ¿Cuántos hijos tiene?

3. ¿Cuántos hijos tiene?		
Respuesta	Número de Personas	%
1	76	33,6%
2	113	50%
3	19	8,4%
Más de 3	18	8%
Total	226	100%

Fuente: elaboración propia

Figura 8 ¿Cuántos hijos tiene?



Fuente: elaboración propia

Análisis

Con respecto a la investigación de la cantidad de hijos que tienen los habitantes de Sahagún se observa que el 50% de la población tiene 2 hijos, posteriormente esta el 33.6% con 1 hijo, el 8.4% de los Sahagunenses afirma tener 3 hijos y por último tan solo el 8%, sostienen tener más de 3 hijos. Por lo que se entiende que en cierta parte considerable de la población de Sahagún mayormente tienen 2 hijos.

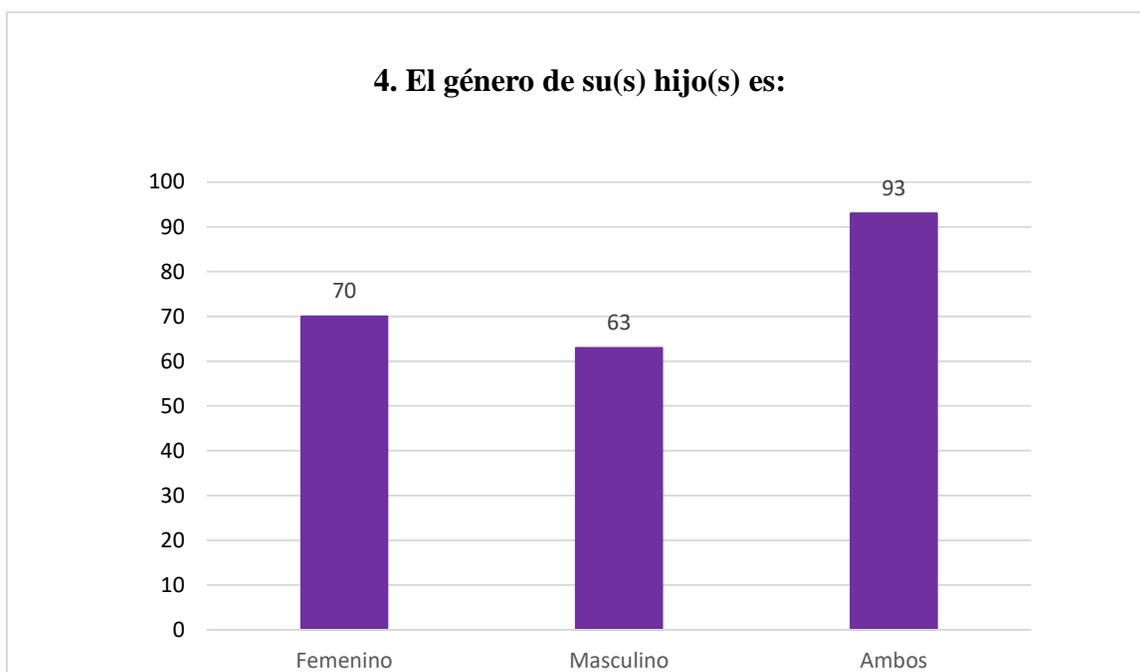
4. El género de su(s) hijo(s) es:

Tabla 75. El género de su(s) hijo(s) es:

4. El género de su(s) hijo(s) es:		
Respuesta	Número de Personas	%
Femenino	70	31%
Masculino	63	27,9%
Ambos	93	41,1%
Total	226	100%

Fuente: elaboración propia

Figura 9 ¿ Para qué sexo adquiere ropa infantil?



Fuente:elaboración propia

Análisis

El género de preferencia por los Sahagunenses al momento de comprar ropa infantil es el de ambos, arrojando un porcentaje de 41.1% sobre las compras de prendas para niñas, niños y preadolescentes, después se observa un consumo de ropa para el género femenino con un porcentaje de 31% y por último también está la compra de ropa para el género masculino, donde se reporta un consumo de 27.9%. Por lo anterior se analiza que la mayor parte de compra de ropa infantil se realiza para ambos géneros.

5. Ha comprado conjuntos de prendas de vestir para niños, niñas o preadolescentes entre los (2 a 14 años) con el fin de regalarlo?

Tabla 76. *¿Ha comprado conjuntos de prendas de vestir para niños, niñas o preadolescentes entre los (2 a 14 años) con el fin de regalarlo?*

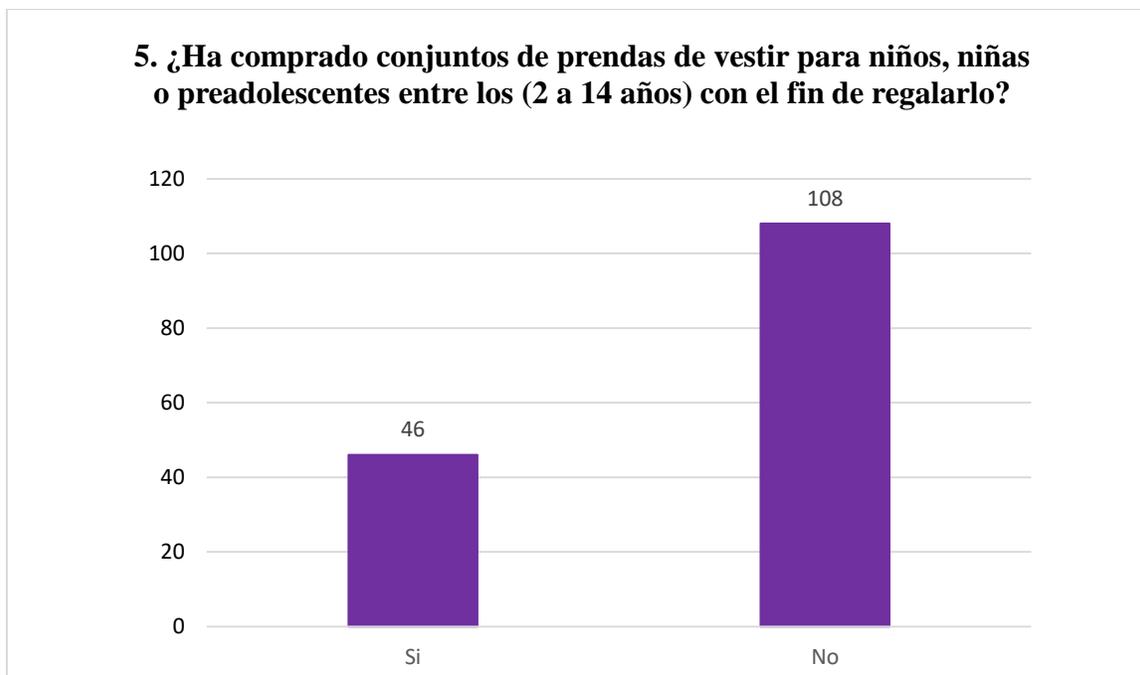
5. ¿Ha comprado conjuntos de prendas de vestir para niños, niñas o preadolescentes entre los (2 a 14 años) con el fin de regalarlo?		
Respuesta	Número de Personas	%
Si	46	29,9%
No	108	70,1%
Total	154	100%

Fuente: elaboración propia

Análisis

Posterior al análisis se observa que un 70.1% de la población del municipio de Sahagún afirma No comprar conjuntos de prendas de vestir para niños, niñas o preadolescentes con el fin de regalarlo y el 29.9% sostiene Si haber comprado prendas de vestir para niños, niñas o preadolescentes. Por lo anterior se afirma que gran parte de población que No tiene hijos No suele comprar estas prendas infantiles con el fin de obsequiarlas.

Figura 10 ¿Ha comprado conjuntos de prendas de vestir para niños, niñas o preadolescentes entre los (2 a 14 años) con el fin de regalarlo?



Fuente: Elaboración propia

6. ¿Con qué frecuencia compra usted conjuntos de prendas de vestir para niños, niñas o preadolescentes entre los (2 a 14 años)?

Tabla 77. ¿Con qué frecuencia compra usted conjuntos de prendas de vestir para niños, niñas o preadolescentes entre los (2 a 14 años)?

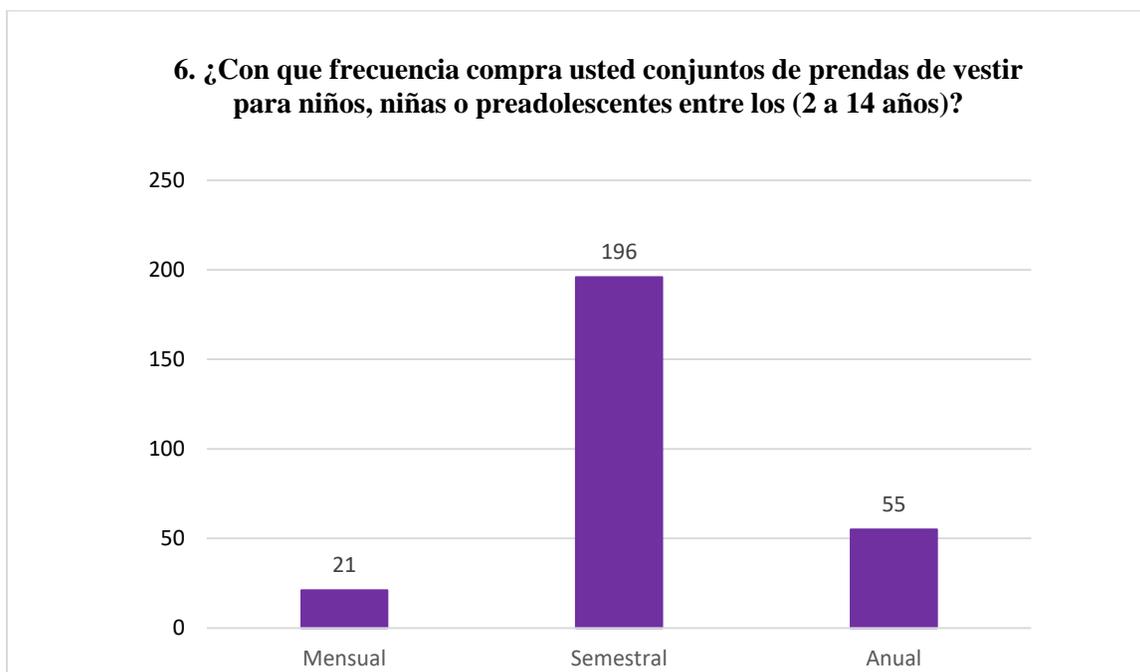
6. ¿Con qué frecuencia compra usted conjuntos de prendas de vestir para niños, niñas o preadolescentes entre los (2 a 14 años)?		
Respuesta	Número de Personas	%
Mensual	21	7,7%
Semestral	196	72,1%
Anual	55	20,2%
Total	272	100%

Fuente: elaboración propia

Análisis

Luego de la investigación se determinó que la mayor frecuencia con que los habitantes de Sahagún compran prendas de vestir para niños es la semestral, con 72.1%, luego se encuentra la anual con 20.2% y posterior a esta está la mensual con 7.7%. De acuerdo con lo anterior se puede afirmar que los Sahagunenses compran ropa para sus niños, niñas y preadolescentes generalmente cada 6 meses.

Figura 11. *¿Con qué frecuencia compra usted conjuntos de prendas de vestir para niños, niñas o preadolescentes entre los (2 a 14 años)?*



Fuente: elaboración propia.

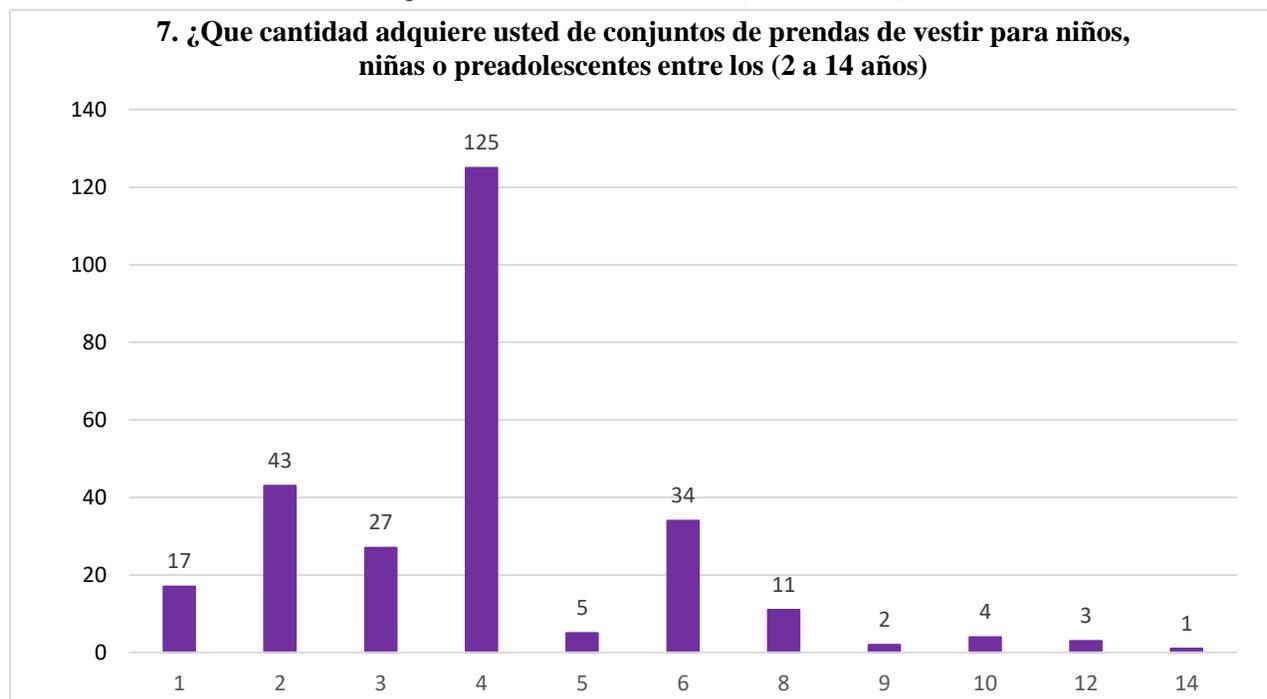
7. ¿Qué cantidad adquiere usted de conjuntos de prendas de vestir para niños, niñas o preadolescentes entre los (2 a 14 años)?

Tabla 78. ¿Qué cantidad adquiere usted de conjuntos de prendas de vestir para niños, niñas o preadolescentes entre los (2 a 14 años)?

8. ¿Qué cantidad adquiere usted de conjuntos de prendas de vestir para niños, niñas o preadolescentes entre los (2 a 14 años)?		
Respuesta	Número de Personas	%
1	17	6,3%
2	43	15,8%
3	27	9,9%
4	125	46%
5	5	1,8%
6	34	12,5%
8	11	4%
9	2	0,7%
10	4	1,5%
12	3	1,1%
14	1	0,4%
Total	272	100%

Fuente: elaboración propia

Figura 12 ¿Qué cantidad adquiere usted de conjuntos de prendas de vestir para niños, niñas o preadolescentes entre los (2 a 14 años)?



Fuente: elaboración propia

Análisis

De acuerdo con los datos recogidos, la cantidad promedio de prendas de vestir para niños, niñas y preadolescentes adquiridas por los habitantes encuestados es de 4 prendas por niño, niña o preadolescente todo esto de manera mayoritaria, puesto que el 46% de los encuestados considera esta cantidad como la de consumo promedio, mientras que por otra parte, otro porcentaje importante de la población encuestada 15,8% afirman mostrar un consumo de 2 prendas por niño, niña y preadolescente, luego están aquellos que compran 6 prendas infantiles con un porcentaje de 12,5% y además se observa 3 prendas compradas con un 9.9% de consumo, luego está la cantidad de 5 prendas infantiles con un 1.8% y posteriormente se encuentran las demás cantidades restantes hasta 14 prendas con porcentajes que oscilan entre el 0.1 y el 0.7% aproximadamente de consumo. De lo anterior se afirma que la cantidad de prendas infantiles más compradas es de 4.

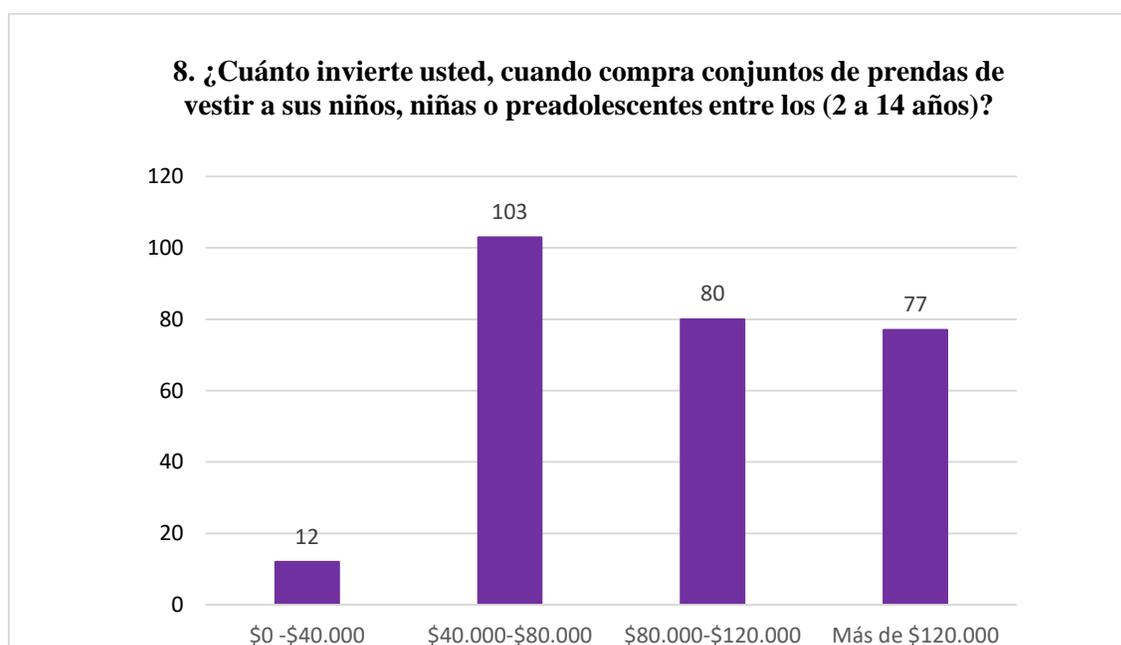
9. ¿Cuánto invierte usted, cuando compra conjuntos de prendas de vestir a sus niños, niñas o preadolescentes entre los (2 a 14 años)?

Tabla 79. ¿Cuánto invierte usted, cuando compra conjuntos de prendas de vestir a sus niños, niñas o preadolescentes entre los (2 a 14 años)?

8. ¿Cuánto invierte usted, cuando compra conjuntos de prendas de vestir a sus niños, niñas o preadolescentes entre los (2 a 14 años)?		
Respuesta	Número de Personas	%
\$0-\$40.000	12	4,4%
\$40.000 - \$80.000	103	37,9%
\$80.000- \$120.000	80	29,4%
Más de \$120.000	77	28,3%
Total	272	100%

Fuente: elaboración propia

Figura 13 ¿Cuánto invierte usted, cuando compra conjuntos de prendas de vestir a sus niños, niñas o preadolescentes entre los (2 a 14 años)?



Fuente: elaboración propia

Analisis

En base a los datos obtenidos se observa que el promedio más alto de inversión en la compra de ropa infantil se encuentra entre los 40.000 a 80.000 con un porcentaje de 37.9%, luego está el de 80.000 a 120.000 arrojando un porcentaje de 29.4%, así mismo se observa el rango de más de 120.000 con un porcentaje de 28.3% y por último se encuentra el de 0 a 40.000 dando a conocer un porcentaje de tan solo 4.4%, lo que permite determinar que el rango más alto de inversión en la compra de ropa infantil se encuentra entre los 40.000 a 80.000 respectivamente. Fuente: elaboración propia

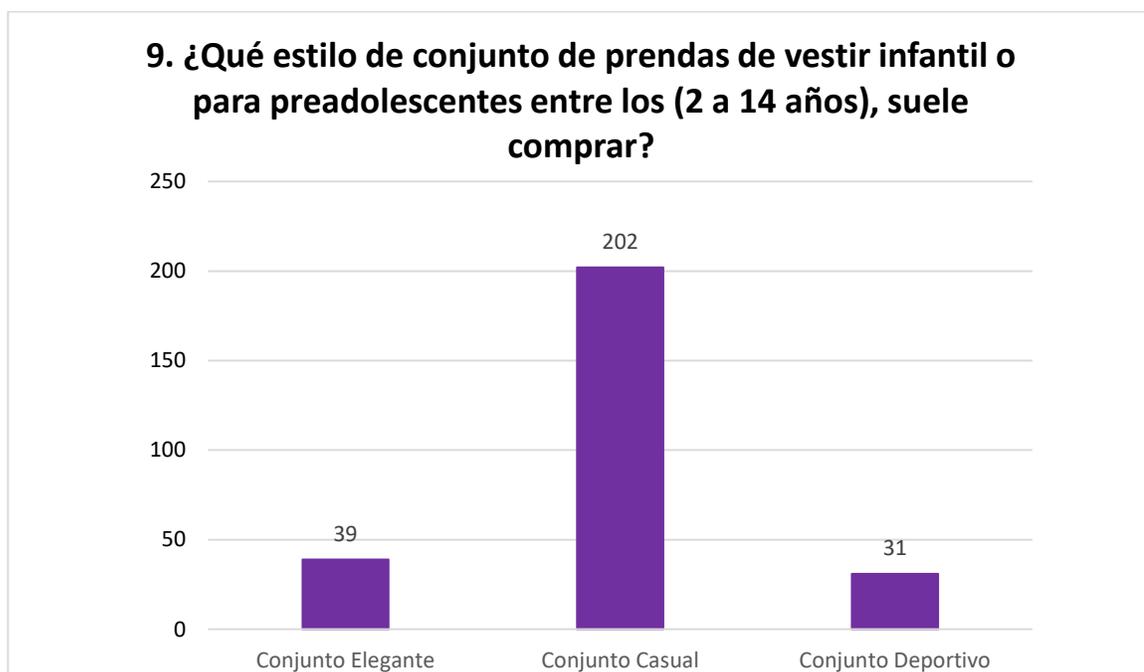
10. ¿Qué estilo de conjunto de prendas de vestir infantil o para preadolescentes entre los (2 a 14 años), suele comprar?

Tabla 80. *¿Qué estilo de conjunto de prendas de vestir infantil o para preadolescentes entre los (2 a 14 años), suele comprar?*

9. ¿Qué estilo de conjunto de prendas de vestir infantil o para preadolescentes entre los (2 a 14 años), suele comprar?		
Respuesta	Número de Personas	%
Conjunto elegante	39	14,3%
Conjunto Casual	202	74,3%
Conjunto Deportivo	31	11,4%
Total	272	100%

Fuente: elaboración propia

Figura 14 ¿Qué estilo de conjunto de prendas de vestir infantil o para preadolescentes entre los (2 a 14 años), suele comprar?



Fuente: elaboración propia

Analisis

Siguiendo el resultado obtenido, el estilo de conjunto que los habitantes de Sahagún suelen comprar a sus niñas, niños o preadolescentes es el conjunto casual con un porcentaje de 74.3%, luego se observa una preferencia de conjunto elegante arrojando un porcentaje de 14.3% y por último se encuentra el conjunto deportivo con un porcentaje de consumo de un 11.4%. Con todo esto se determina que el tipo de conjunto de ropa infantil para niños, niñas y adolescentes más comprado es el casual.

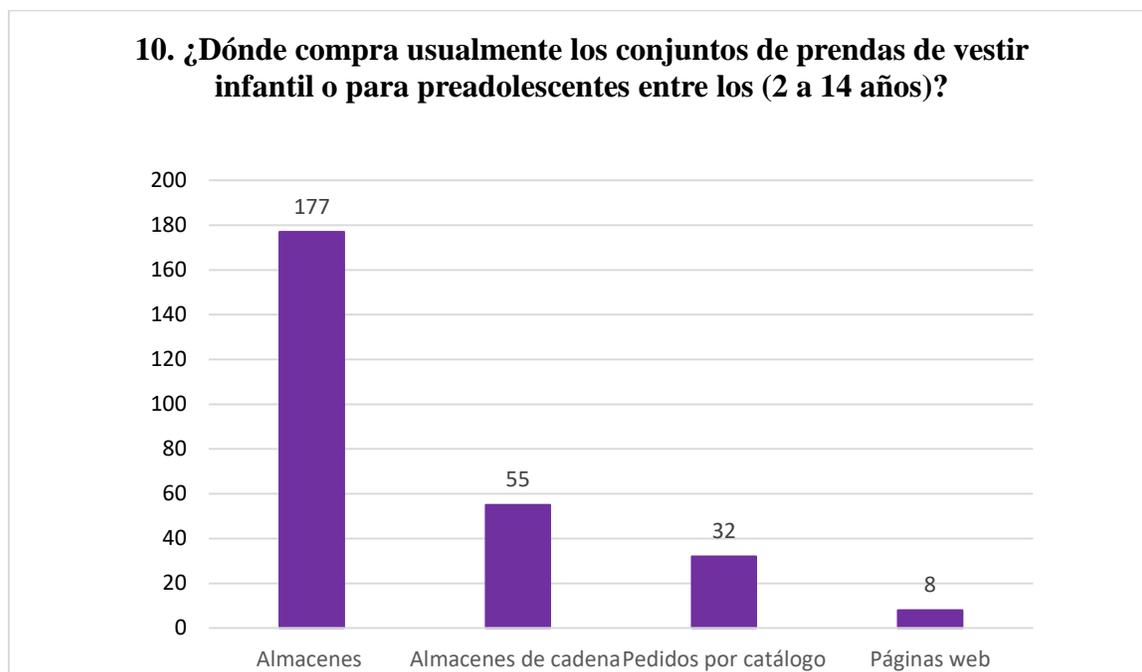
11. ¿Dónde compra usualmente los conjuntos de prendas de vestir infantil o para preadolescentes entre los (2 a 14 años)?

Tabla 81. *¿Dónde compra usualmente los conjuntos de prendas de vestir infantil o para preadolescentes entre los (2 a 14 años)?*

10. ¿Dónde compra usualmente los conjuntos de prendas de vestir infantil o para preadolescentes entre los (2 a 14 años)?		
Respuesta	Número de Personas	%
Almacenes (Tierra Santa, Miniprecios, Surtidora del bebé)	177	65,1%
Almacenes de cadena (Olímpica)	55	20,2%
Pedidos por catálogo	32	11,8%
Páginas web	8	2,9%
Total	272	100%

Fuente: elaboración propia

Figura 15. ¿Dónde compra usualmente los conjuntos de prendas de vestir infantil o para preadolescentes entre los (2 a 14 años)?



Fuente: elaboración propia

Análisis

De acuerdo con la investigación realizada, el lugar donde más asisten los Sahagunenses para comprar prendas de vestir infantiles, son los almacenes del municipio, arrojando un resultado de 65.1%, después esta la compra en almacenes de cadena con un 20.2%, seguidamente la compra por catálogos con un 11.8% y por último se encuentra la compra en páginas Web con tan sólo un 2.9%. Con respecto a esto el lugar más común para comprar ropa infantil en el municipio de Sahagún, son los almacenes de Miniprecios, Tierra Santa y Surtidora del bebé.

12. ¿Qué característica tiene en cuenta al momento de comprar conjuntos de prendas de vestir infantil o para preadolescentes entre los (2 a 14 años)?

Tabla 82. *¿Qué característica tiene en cuenta al momento de comprar conjuntos de prendas de vestir infantil o para preadolescentes entre los (2 a 14 años)?*

11. ¿Qué característica tiene en cuenta al momento de comprar conjuntos de prendas de vestir infantil o para preadolescentes entre los (2 a 14 años)?		
Respuesta	Número de Personas	%
Marca	31	11,4%
Calidad	139	51,1%
Diseños exclusivos	47	17,3%
Moda	22	8,1%
Precio	33	12,1%
Total	272	100%

Fuente: elaboración propia

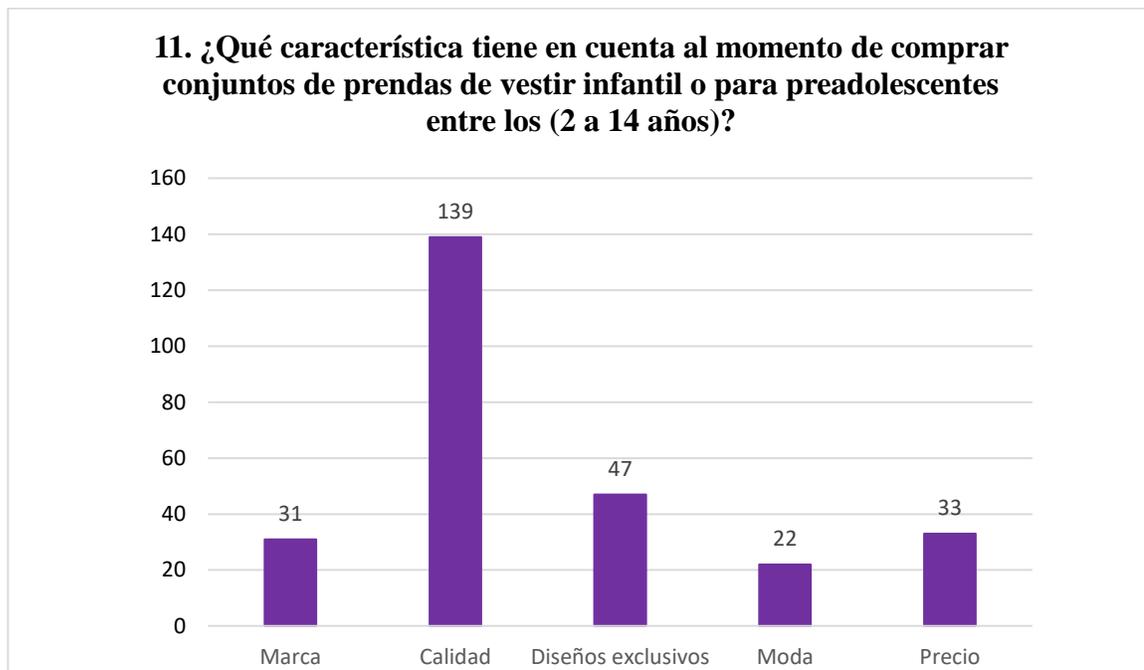


Figura 16. ¿Qué característica tiene en cuenta al momento de comprar conjuntos de prendas de vestir infantil o para preadolescentes entre los (2 a 14 años)?

Fuente: elaboración propia

Análisis

Después de obtener los datos, se analiza que la característica que más se tiene en cuenta al momento de comprar prendas infantiles para niños, niñas y preadolescentes es la calidad con un porcentaje de 51.1%, seguido de diseños exclusivos con un 17.3%, luego el precio con un 12.1%, después esta la marca con un 11.4% y por último está la moda con un tan sólo un 8.1%. De lo anterior se entiende que el criterio más común por los Sahagunenses al momento de comprar ropa infantil es la calidad.

13. ¿Cuándo realiza compras de conjuntos de prendas de vestir infantil o para preadolescentes entre los (2 a 14 años) efectúa el pago por medio de:

Tabla 83: *¿Cuándo realiza compras de conjuntos de prendas de vestir infantil o para preadolescentes entre los (2 a 14 años) efectúa el pago por medio de:*

12. ¿Cuándo realiza compras de conjuntos de prendas de vestir infantil o para preadolescentes entre los (2 a 14 años) efectúa el pago por medio de:		
Respuesta	Número de Personas	%
Tarjeta crédito	42	15,4%
Tarjeta débito	35	12,9%
Efectivo	189	69,5%
Crédito	6	2,2%
Total	272	100%

Fuente: elaboración propia

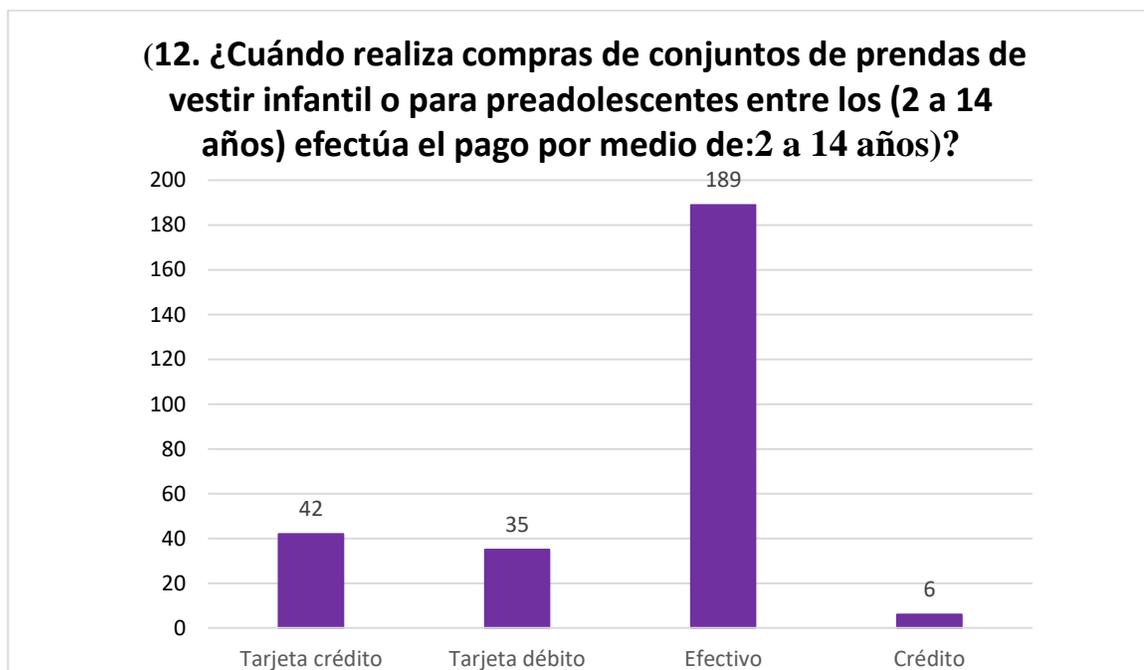


Figura 17. ¿Cuándo realiza compras de conjuntos de prendas de vestir infantil o para preadolescentes entre los (2 a 14 años) efectúa el pago por medio de:

Fuente: elaboración propia

Análisis

De acuerdo con estos datos arrojados el modo más común de pagar cuando los habitantes de Sahagún compran ropa infantil, es el efectivo con un porcentaje de 69,5%, seguido del modo con tarjeta de crédito, el cual tiene un porcentaje de 15,4%, posterior está el de pago con tarjeta débito con un 12,9% y por último se tiene el crédito con tan sólo un uso del 2,2%. De lo anterior se resume que a los habitantes de Sahagún, les gusta pagar más en efectivo por las compras de prendas de ropa infantil.

14. En la escala del 1 al 5, que calificación le da usted a la ropa infantil que se vende en el municipio de Sahagún.

Tabla 84: *En la escala del 1 al 5, que calificación le da usted a la ropa infantil que se vende en el municipio de Sahagún.*

13. En la escala del 1 al 5, que calificación le da usted a la ropa infantil que se vende en el municipio de Sahagún.

Respuesta	Número de Personas	%
1	3	1,1%
2	27	9,9%
3	176	64,7%
4	53	19,5%
5	13	4,8%
Total	272	100%

Fuente: elaboración propia

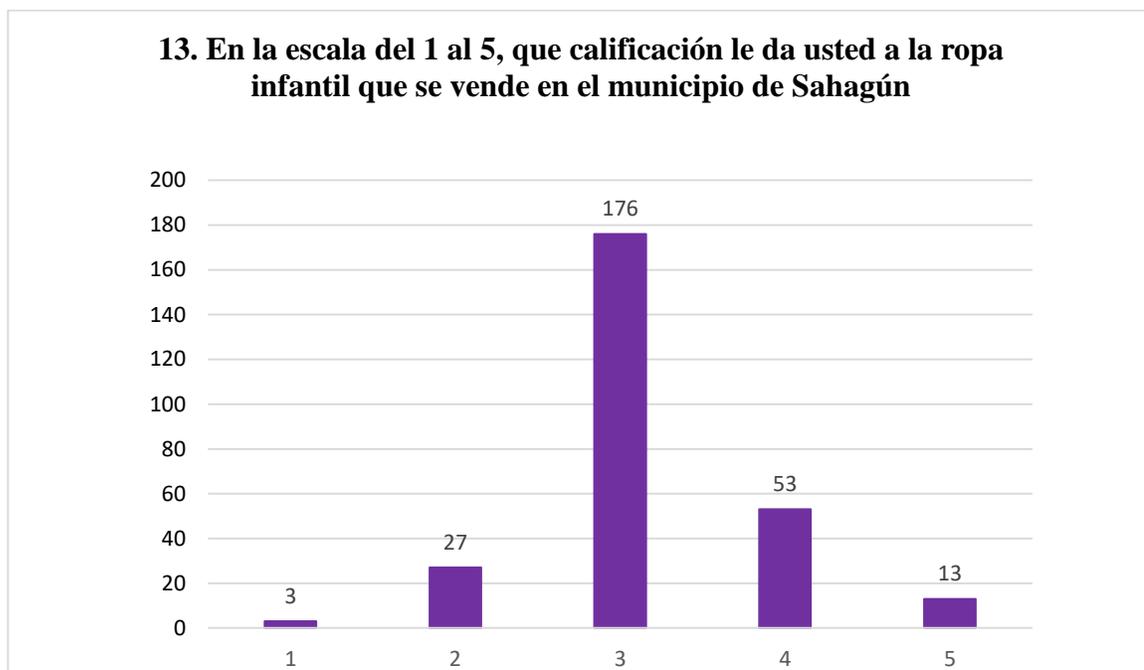


Figura 18. En la escala del 1 al 5, que calificación le da usted a la ropa infantil que se vende en el municipio de Sahagún.

Fuente: elaboración propia

Análisis

De acuerdo con la información, la escala bajo la que los Sahagunenses evalúan las prendas de ropa infantil que obtienen en los almacenes, mayormente es de 3, con un porcentaje de 64,7%, luego se encuentra la calificación de 4 con un 19,5%, posteriormente está la calificación de 5, con un 4,8% y por último la calificación de 1 con tan sólo un 1,1%. De lo anterior se entiende que los habitantes de Sahagún aprueban las prendas de ropa infantil, bajo una calificación de 3.

15. ¿Por qué medio le gustaría recibir información de nuestros productos?

Tabla 85: *¿Por qué medio le gustaría recibir información de nuestros productos?*

14. ¿Por qué medio le gustaría recibir información de nuestros productos?		
Respuesta	Número de Personas	%
Email	37	13,6%
Redes sociales	103	37,9%
Whatsapp	120	44,1%
Correo físico	12	4,4%
Total	272	100%

Fuente: elaboración propia

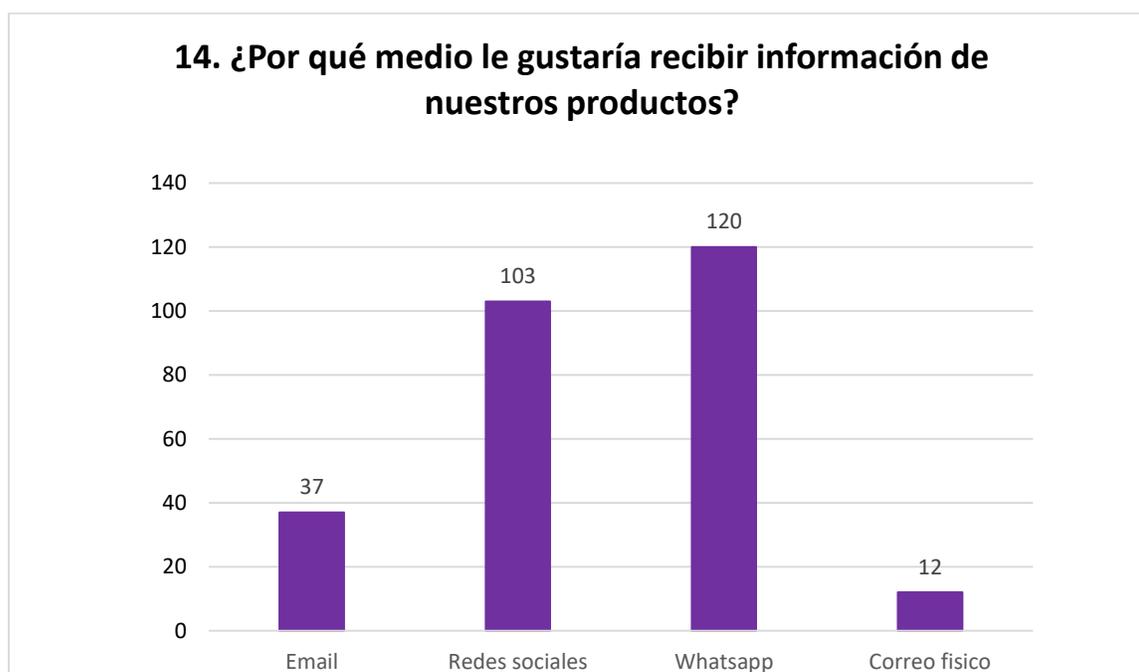


Figura 19 ¿Por qué medio le gustaría recibir información de nuestros productos?

Fuente: elaboración propia

Análisis

Bajo estos datos obtenidos se observa que el medio más pedido por los habitantes para recibir información sobre nuestros productos es el WhatsApp con un porcentaje de preferencia de 44,1%, luego están las redes sociales con un porcentaje de preferencia de 37,9%, posteriormente el correo electrónico con un 13,6% y por último el correo físico con tan sólo un 4,4%. De esto se puede decir que el modo más idóneo de acuerdo con la apreciación de los habitantes de Sahagún es el WhatsApp para recibir información.

16. ¿Considera usted que hace falta en el municipio de Sahagún una boutique infantil donde se ofrezcan diseños exclusivos y de calidad para los niños, niñas y preadolescentes entre los (2 a 14 años) del municipio de Sahagún?

Tabla 86: *¿Considera usted que hace falta en el municipio de Sahagún una boutique infantil donde se ofrezcan diseños exclusivos y de calidad para los niños, niñas y preadolescentes entre los (2 a 14 años) del municipio de Sahagún?*

15. ¿Considera usted que hace falta en el municipio de Sahagún una boutique infantil donde se ofrezcan diseños exclusivos y de calidad para los niños, niñas y preadolescentes entre los (2 a 14 años) del municipio de Sahagún?		
Respuesta	Número de Personas	%
Si	267	98,2%
No	5	1,8%
Total	272	100%

Fuente: elaboracion propia

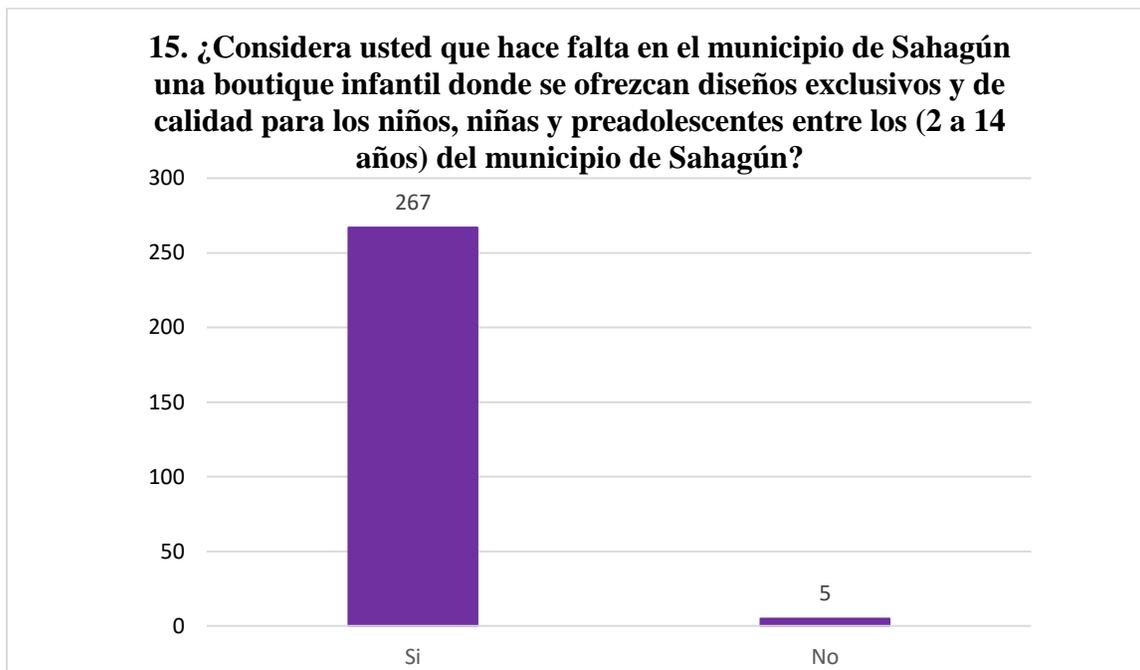


Figura 20. ¿Considera usted que hace falta en el municipio de Sahagún una boutique infantil donde se ofrezcan diseños exclusivos y de calidad para los niños, niñas y preadolescentes entre los (2 a 14 años) del municipio de Sahagún?

Fuente: elaboración propia

Análisis

Con base en los datos obtenidos, los habitantes de Sahagún consideran que si es necesario y pertinente la existencia de una Boutique infantil donde se ofrezcan diseños exclusivos y de calidad para los niños, niñas y preadolescentes, con un porcentaje de aceptación de un 98,2%. Mientras que el 1.8% de la población no lo considera necesario.

Anexo 3: Reglamento interno de trabajo**Capítulo 1****Disposiciones generales**

El presente es el reglamento interno de la empresa AT KIDS, por el cual se regirá la empresa y los empleados, este reglamento viene adjunto al contrato de trabajo.

1. Condiciones de admisión, aprendizaje y período de prueba.

Para entrar a desempeñar un cargo dentro de la empresa AT KIDS se requiere presentar:

Hoja de vida

Autorización del ministerio de trabajo si el empleado es menor de 18 años

Certificado de honorabilidad

Certificado de trabajo

1 fotos tamaño carnet

Aprendizaje

La empresa AT KIDS como estimuladora de la educación, celebrara contratos de aprendizajes, de acuerdo con las regulaciones establecidas por la ley.

La empresa AT KIDS se obliga a prestar sus instalaciones y a brindar las herramientas necesarias para cumplir con la formación de los aprendices.

El salario será convenido entre las partes.

Periodo de prueba

el periodo de prueba será concertado entre el empleador y el empleado, para mirar sus capacidades frente a la labor asignada.

3. Trabajadores accidentales o transitorios.

El personal que trabaje directa o indirectamente con la empresa contara con el tratamiento acorde a lo estipulado en la ley.

4. Horas de entrada y salida de los trabajadores; horas en que principia y termina cada turno si el trabajo se efectúa por equipos; tiempo destinado para las comidas y períodos de descanso durante la jornada.

La hora de entrada es a las 8: 00 am

La hora de salida es a las 6:00 pm

El tiempo para comidas es de: 12:00 pm a 1: pm.

Dentro de las actividades se realizarán pausas activas de 5 minutos

5. Horas extras y trabajo nocturno; su autorización, reconocimiento y pago.

La empresa AT KIDS pagara los turnos especiales; como horas extras o trabajo nocturno, según las especificaciones de la ley, donde los trabajadores recibirán una bonificación por los servicios extras prestados a la organización.

6. Días de descanso legalmente obligatorio; horas o días de descanso convencional o adicional; vacaciones remuneradas; permisos, especialmente lo relativo a desempeño de comisiones sindicales, asistencia al entierro de compañeros de trabajo y grave calamidad doméstica. El trabajador podrá disponer de todas las condiciones aquí establecidas, siempre y cuando representen cada una de ellas lo convenido en el contrato.

7. Salario mínimo legal o convencional.

El salario mínimo será dispuesto bajo el salario mínimo legal vigente para el año presente,

Los salarios convenidos por las partes se encontrarán sujetos en el contrato de trabajo y se realizara según las disposiciones de la ley.

8. Lugar, día, hora de pagos y período que los regula.

Los pagos se realizarán los días (15) y (30) de cada mes, realizando un pago quincenal

9. Tiempo y forma en que los trabajadores deben sujetarse a los servicios médicos que el {empleador} suministre.

Una vez que el trabajador sea contratado por la empresa AT KIDS a partir del primer (1) mes de actividades laborales, podrá hacer uso de los servicios médicos que le facilita la empresa a éste y al número limitado de personas que desee afiliar a los beneficios médicos.

10. Prescripciones de orden y seguridad.

La empresa AT KIDS establecerá un compromiso entre ella y el empleado con el fin de ceder los equipamientos y herramientas necesarias para que el trabajador pueda desempeñar las funciones con la mayor seguridad posible, minimizando en lo posible los riesgos. Así mismo el empleado se compromete a portar y utilizar todos los elementos y seguir las recomendaciones y orientaciones para trabajar con mayor seguridad en los procesos

11. Indicaciones para evitar que se realicen los riesgos profesionales e instrucciones, para prestar los primeros auxilios en caso de accidente.

Como se mencionó anteriormente la empresa prestará las herramientas para garantizar la seguridad a sus empleados, así mismo realizará capacitaciones y entrenamientos para adiestrar al personal ante cualquier eventualidad de emergencia.

12. Orden jerárquico de los representantes del empleador, jefes de sección, capataces y vigilantes.

La empresa AT KIDS se permitirá establecer un orden que vaya de acuerdo con la importancia de las funciones a realizar dentro de esta, con el fin de priorizar aquellas que requieran más relevancia y rango.

13. Especificaciones de las labores que no deben ejecutar las mujeres y los menores de dieciséis (16) años*.

La empresa AT KIDS se comprometerá a excluir a las mujeres y los menores de realizar trabajos pesados no aptos para ellos, evitando con esto cualquier perjuicio para este segmento. Como lo son:

- Trabajos pesados
- Trabajos que demanden algún tipo de riesgo

14. Normas especiales que se deben guardar en las diversas clases de labores, de acuerdo con la edad y el sexo de los trabajadores, con miras a conseguir la mayor higiene, regularidad y seguridad en el trabajo.

La empresa AT KIDS se compromete a determinar en específico aquellas normas que respaldan y protegen a la condición de sus empleados (edad y sexo), con el fin de ser equitativos en las funciones a realizar de acuerdo a las características del empleado y por supuesto buscando conservar la higiene y seguridad en cada área y cargo asignados, desde luego respetando el principio de igualdad entre los empleados.

15. Obligaciones y prohibiciones especiales para el empleador y los trabajadores.

Dentro del contrato de trabajo basado en la ley determinada por la empresa AT DIDS, la organización en primera instancia se obliga a prestar todas las condiciones, herramientas y recursos para que los empleados puedan desempeñar sus funciones correctamente, así cumplir

con mecanismos para motivar e incentivar al empleado a su crecimiento profesional y personal, dentro de la empresa.

De igual forma, el empleado se compromete a cumplir con los reglamentos, manuales y orientaciones hechas por la empresa con el mayor respeto y responsabilidad, mostrando siempre un comportamiento con sentido de pertenencia por la organización y realizando las funciones con la mayor eficiencia posible.

16. Escala de faltas y procedimientos para su comprobación; escala de sanciones disciplinarias y forma de aplicación de ellas.

La empresa AT KIDS establecerá dos tipos de formatos para evaluar el comportamiento de sus empleados y llevar un control de las fallas en los procedimientos al momento de su comprobación y en este orden de ideas se establecerá también un formato con la escala de sanciones disciplinarias ante la magnitud de las faltas cometidas, en un rango que va desde las leves hasta las más graves, de igual manera se establecerá la forma de proceder al momento de aplicar una sanción, todo bajo la ley vigente.

17. La persona o personas ante quienes se deben presentar los reclamos del personal y tramitación de éstos, expresando que el trabajador o los trabajadores pueden asesorarse del sindicato respectivo.

La empresa AT KIDS organizará un comité que llevará como fin responder ante las quejas y reclamos de los empleados. Es decir que cualquier empleado que presente algún problema o inconformidad, podrá acudir a este grupo de personas para resolver su situación y prestar asesoría en ante los casos que surjan. El personal seleccionado para esta función debe contar con las capacidades y habilidades y debe ser seleccionado en conformidad de todos como empresa, para desempeñar las funciones y poder responder eficiente y oportunamente ante las necesidades de los empleados.

18. Prestaciones adicionales a las legalmente obligatorias, si existieren.

La empresa AT KIDS podrá realizar prestaciones adicionales a sus empleados, pero bajo ciertos requerimientos que ésta exigirá al empleado que solicite prestaciones adicionales, pues al ser esto posible, el empleado deberá responderle a la empresa por lo exigido ante lo solicitado. Para lo cual la empresa previamente deberá realizar las investigaciones pertinentes y corroborar que es realmente viable y necesario que se da ciertos tipos de prestaciones adicionales a algunos trabajadores.

19. Publicación y vigencia del reglamento.

La empresa AT KIDS, hará público su reglamento interno una vez entre en funcionamiento con sus empleados, así mismo les será expuesto en el contrato a aquellos empleados que posteriormente vayan ingresando con el transcurrir del tiempo y la vigencia de dicho reglamento será de un año; es decir que cada año se estará actualizando y modificando.