

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL DISEÑO, CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE VESTUARIO FEMENINO CON PERSONALIZACIONES QUE RESALTEN LA DIVERSIDAD CULTURAL Y NATURAL DE NARIÑO, UBICADA EN LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO
(Resumen Analítico)**

***BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A COMPANY DEDICATED TO THE DESIGN, MANUFACTURE AND MARKETING OF WOMEN'S CLOTHING WITH CUSTOMIZATIONS THAT HIGHLIGHT THE CULTURAL AND NATURAL DIVERSITY OF NARIÑO, LOCATED IN THE CITY OF SAN JUAN DE PASTO
(Analytical Summary)***

Autores (*Authors*): RODRÍGUEZ MADROÑERO Denis Yolanda, SANTANDER ZAMBRANO Carmen Yineth

Facultad (*Faculty*): CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Programa (*Program*): CONTADURÍA PÚBLICA

Asesor (*Support*): MAG. HUGO LIBARDO REINA ROSERO

Fecha de terminación del estudio (***End of the research***): diciembre 2023

Modalidad de Investigación (*Kind of research*): Trabajo de Grado

PALABRAS CLAVE

CREACIÓN
EMPRESA
NEGOCIOS
VESTUARIO
COMERCIALIZACIÓN
DIVERSIDAD
CULTURA

KEY WORDS

CREATION
COMPANY
BUSINESS
OUTFIT
COMMERCIALIZATION
DIVERSITY
CULTURE

RESUMEN: El plan de negocios es un insumo importante para el desarrollo de un proyecto encaminado a convertirse en un negocio rentable mediante la utilización moderna de manufactura para la elaboración de prendas de vestir femeninas; pero al mismo tiempo se propone aprovechar el conocimiento ancestral para realizar manualmente acabados y personalizaciones a los productos con bordados, tejidos o estampados. Se realizará diseños que resalten la identidad cultural del departamento de Nariño.

Así mismo, la empresa se enfocaría en apoyar a comunidades indígenas como lo son: Pastos, Quillacingas, Ingas y Awá. Por otra parte, a madres cabeza de familia y comunidades indígenas; mediante la generación de empleo y adquisición de materiales requeridos para la confección y personalización de las prendas, de esta manera contribuir con el fomento de la cultura, el desarrollo social y económico de la región Nariñense.

ABSTRACT: *This project is aimed at becoming a profitable business through the use of modern manufacturing to produce women's clothing; it is proposed to take advantage of ancestral knowledge to manually finish and personalize products with embroidery, fabrics or prints. Designs will be made that highlight the cultural identity of the department of Nariño.*

Likewise, it focuses on supporting indigenous communities such as: Pastos, Quillacingas, Ingas and Awá, mothers who are heads of families; through the generation of employment and acquisition of materials required for the preparation and customization of garments, in this way contributing to the social and economic development of the Nariñense region.

CONCLUSIONES: La elaboración del presente plan de negocios establece las siguientes conclusiones:

La realización del estudio de mercado permitió identificar y delimitar el mercado objetivo para WARMI BY DY, así mismo logró evidenciar que sí existe un mercado potencial para el consumo de prendas de vestir femeninas, como blusas, camisetas, faldas, pantalones, abrigos, faldas y vestidos, con precios asequibles; En prospectiva el estudio de mercado comprobó un potencial significativo para la ejecución de la idea de negocio.

El desarrollo del plan operativo estructuró el proceso productivo de las prendas y/o productos que se comercializarán en las empresas desencadenadas en líneas de productos específicas. Estableciendo la localización, la descripción de procesos, la distribución física y la ingeniería del proyecto, contemplando las necesidades y requerimientos óptimos para poner en marcha el negocio, demostrando con ello factibilidad del plan de negocios.

En el desarrollo del plan organizacional se contempló el direccionamiento estratégico, la estructura organizacional, la descripción de manuales y los respectivos reglamentos que serán de utilidad para la gestión humana de la organización, concluyendo que, al ser un negocio en la etapa de desarrollo cuenta con lograr posicionamiento en el mercado.

En el desarrollo financiero se estudia la viabilidad económica y financiera para la creación de Warmi, determinando que para dar inicio al proyecto se requiere de una inversión real y alcanzable de \$53.160.595 millones de pesos, además se alcanza a identificar los costos y gastos en los cuales debe incurrir la marca para el desarrollo de su actividad en el primer año; así mismo se encuentra proyectados los ingresos partiendo de costos, gastos y precio de venta, logrando visualizar una utilidad neta de \$21.382.766 millones de pesos anuales y concluyendo favorabilidad para las creadoras. al realizar el cálculo del VPN y la TIR se obtuvo como resultado \$120.398.479 y 68% respectivamente, se obtuvo un escenario positivo para la marca y se concluye que el proyecto es viable y rentable financieramente.

Finalmente, la creación de la marca será un acto importante para el impacto económico, social y ambiental de la región. En donde se crearán empleos y se contribuirá en el ingreso económico de las comunidades locales. Además, su gestión operativa se fundamentará en la innovación, la creatividad y la competitividad, siendo una alternativa ágil y flexible, y podrá adaptarse rápidamente a los cambios del mercado y las demandas de las clientes, por otra parte, la identificación de los impactos ambientales permite establecer acciones preventivas y correctivas para ser una empresa sostenible y amigable con el medio ambiente, desde la selección de proveedores responsables, el uso de materiales más amigables con el ambiente, la eficiencia energética, la gestión de residuos y el etiquetado y empaque ecológico.

CONCLUSIONS: *The preparation of this business plan establishes the following conclusions:*

Carrying out the market study made it possible to identify and delimit the target market for WARMI BY DY, and it was also possible to show that there is a potential market for the consumption of women's clothing, such as blouses, t-shirts, skirts, pants, coats, skirts and dresses, with affordable prices; In prospective, the market study verified a significant potential for the execution of the business idea.

The development of the operational plan structured the production process of the garments and/or products that will be marketed in the companies launched in specific product lines. Establishing the location, process description, physical distribution and engineering of the project, contemplating the optimal needs and

requirements to start the business, thereby demonstrating the feasibility of the business plan.

In the development of the organizational plan, the strategic direction, the organizational structure, the description of manuals and the respective regulations that will be useful for the human management of the organization were considered, concluding that, being a business in the development stage, it has achieved market positioning.

In the financial development, the economic and financial viability for the creation of Warmi is studied, determining that to start the project a real and achievable investment of \$53,160,595 million pesos is required, in addition it is possible to identify the costs and expenses in which the brand must incur to develop its activity in the first year; Likewise, the income is projected based on costs, expenses and sales price, managing to visualize a net profit of \$21,382,766 million pesos annually and concluding favorability for the creators. When calculating the NPV and IRR, the result was \$120,398,479 and 68% respectively, a positive scenario was obtained for the brand and it was concluded that the project is financially viable and profitable.

Finally, the creation of the brand will be an important act for the economic, social and environmental impact of the region. Where jobs will be created and the economic income of local communities will be contributed. Furthermore, its operational management will be based on innovation, creativity and competitiveness, being an agile and flexible alternative, and will be able to quickly adapt to market changes and customer demands, on the other hand, the identification of environmental impacts. Allows establishing preventive and corrective actions to be a sustainable and environmentally friendly company, from the selection of responsible suppliers, the use of more environmentally friendly materials, energy efficiency, waste management and ecological labeling and packaging.

RECOMENDACIONES: Como principales recomendaciones, para la ejecución plan de negocio WARMI BY DY se establecen las siguientes:

Hacer investigaciones de mercado de manera periódica para conocer y actualizarse en las tendencias y preferencias de las consumidoras.

Identificar de manera periódica los proveedores nuevos para garantizar la calidad precio y cantidad de los insumos.

Mejora continua del plan de marketing que se adapte a las necesidades de las consumidoras.

Tener una preocupación por el medio ambiente y la sostenibilidad es una ventaja competitiva y una fuente de admiración y confianza de los clientes, motivo por el cual se considera debe ser uno de los principales factores a tener en cuenta en la planeación estratégica de la organización.

Es fundamental tener una adecuada gestión financiera para asegurar la rentabilidad y viabilidad a largo plazo de la empresa.

RECOMMENDATIONS: *As main recommendations, for the execution of the WARMI BY DY business plan it is recommended:*

Conduct market research periodically to understand and update on consumer trends and preferences.

Periodically identify new suppliers to guarantee the quality of inputs.

Continuous improvement of the marketing plan that adapts to the needs of consumers.

Having a concern for the environment and sustainability is a competitive advantage and a source of customer admiration and trust.

It is essential to have adequate financial management to ensure the long-term profitability and viability of the company.