



# Universidad **Mariana**

Plan de negocio para una empresa de confección de ropa para caninos “Urcunina wau”  
personalizada y con diseños de la cultura prehispánica de Nariño y Putumayo en la ciudad de  
Pasto

Angie Valeria Ibarra Cantuca  
Lisbeth Fernanda López Bravo

Universidad Mariana  
Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas  
Programa de Contaduría Pública  
San Juan de Pasto  
2023

Plan de negocio para una empresa de confección de ropa para caninos “urcunina wau”  
personalizada y con diseños de la cultura prehispánica de Nariño y Putumayo en la ciudad de  
Pasto

Angie Valeria Ibarra Cantuca  
Lisbeth Fernanda López Bravo

Informe de investigación para optar al título de: Contador Publico

Asesor:  
Mg. Hugo Libardo Reina Rosero

Universidad Mariana  
Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas  
Programa de Contaduría Pública  
San Juan de Pasto  
2023

Artículo 71: Los conceptos, afirmaciones y opiniones emitidos en el Trabajo de Grado son responsabilidad única y exclusiva del (los) Educando (s).

Reglamento de Investigaciones y Publicaciones, 2007

Universidad Mariana

## **Agradecimientos**

Expresamos nuestro sincero agradecimiento al profesor Hugo Reina, nuestro asesor, cuya constante guía y apoyo fueron fundamentales para el desarrollo y éxito de nuestro plan de negocio. Su generosidad al compartir su valioso conocimiento, así como su atención y dedicación, fueron elementos clave que nos permitieron culminar este proyecto de manera exitosa.

## **Dedicatoria**

En primer lugar, dedico a Dios todos mis logros académicos, personales y profesionales; y dedico este proyecto a mi amada madre Mery y mi querido padre Jimmy, cuyo infinito amor ha sido mi faro y ejemplo de perseverancia, humildad y respeto han sido la brújula de mi camino académico. A mi entrañable hermano menor, Juan Sebastián, mi fiel compañero de vida.

A mis abuelitos Esperanza y Marcial, cuyo cariño ha sido mi refugio y mi inspiración. A mis adorados abuelitos Cecilia, Jeremías y Elisa, quienes desde el cielo me acompañan con su amor y bendiciones.

A Manuel, por ser mi soporte constante, brindándome su cariño, acompañamiento y apoyo incondicional. A Eider, por ser más que un amigo, un cómplice en cada desafío.

A toda mi familia y amigos, pilares fundamentales que han iluminado mi camino con su apoyo inquebrantable. Cada uno de ustedes ha dejado una huella imborrable en mi corazón y ha hecho posible este logro.

A mis adoradas mascotas Maggie y Wanda, quienes con su lealtad y alegría han sido mi motivación constante para emprender este proyecto.

Este trabajo está dedicado con profundo agradecimiento y amor a quienes, de una forma u otra, han contribuido a mi crecimiento académico y personal. Gracias por ser parte esencial de mi viaje.

*Angie Valeria Ibarra Cantuca*

En primer lugar, quiero expresar mi agradecimiento a Dios por permitir la culminación exitosa de este proceso de investigación y estudio, dedico esto a mi padre, Freddy Lopez, por su incondicional apoyo a lo largo de mi camino universitario, lleno de aprendizaje y experiencias significativas, a mi madre, Martha, mi gratitud por su apoyo incondicional y amor.

A Nora, mi segunda madre, agradezco por su constante aliento y por recordarme nunca rendirme, guiándome hasta este punto en el que aún aspiro a alcanzar mucho más.

A mis hermanos, Daniel, Johan, Yostin y Martin, los faros que iluminaron mis días oscuros, los motores que me impulsaron cada día seguir. Gracias a ellos, siempre levanté la cabeza para alcanzar lo que anhelaba, ellos fueron, son y serán mi mayor motivación para seguir.

A mi familia, por su amor incondicional, a mis abuelos Graciela y Angel, primos Jefferson, Alejandro y Zaid, tíos Jenney, Maritxa, Andrés, y a mi cómplice de toda la vida, Liseth, por permanecer a mi lado, sin dejarme caer.

A Juan David, agradezco por mostrarme que todo se puede superar y que lo que uno se propone, se logra. Su apoyo incondicional en estos últimos meses ha sido fundamental.

A mi amigo Andrés Mayag, quien desde el primer semestre me ha estado apoyando y cuidando de mí, agradezco su constante presencia y apoyo.

También va para mí, por todo el esfuerzo que di, porque a pesar de haber estado lejos de casa, de estar cinco años fuera de mi zona de confort, luché para lograr esto.

*Lisbeth Fernanda López Bravo*

## Contenido

1. Concepto del negocio .....	18
1.1 ¿En qué consiste? .....	18
1.2 Bienes y servicios.....	21
1.2.1 Bienes .....	21
1.2.2 Servicios .....	28
1.3 Análisis del sector situacional .....	30
1.3.1 Macro ambiente.....	30
1.3.1.1 Factores legales, políticos y normativos. ....	30
1.3.1.2 Factores económicos. ....	32
1.3.1.3 Factores socioculturales. ....	33
1.3.1.4 Tendencias tecnológicas. ....	34
1.3.1.5 Tendencias ambientales. ....	34
1.3.2 Microambiente .....	35
1.4 Objetivos .....	38
1.4.1 Objetivo General .....	38
1.4.2 Objetivos específicos.....	38
1.5 Fuentes de Recolección de Información .....	39
1.5.1 Fuentes de información primaria.....	39
1.5.2 Fuentes de información secundaria .....	39
1.6 Población y muestra .....	39
1.6.1 Población.....	40
1.6.2 Muestra.....	43
1.7 Técnicas e instrumentos de recolección .....	47
1.7.1 Técnicas.....	47
1.7.2 Instrumentos .....	48
2. Resultados .....	49
2.1 Estudio de mercado .....	49
2.1.1 Características del producto .....	49
2.1.2 Análisis de la demanda .....	53

2.1.3	Identificación de características de la demanda .....	54
2.1.4	Cálculo y proyección de la demanda.....	60
2.1.5	Análisis de la oferta .....	64
2.1.6	Identificación de características de la oferta .....	65
2.1.7	Cálculo y proyección de la oferta.....	66
2.1.8	Sistema de fijación de precios .....	71
2.1.9	Sistemas de comercialización.....	73
2.1.10	Estrategias de mercado.....	75
2.1.11	Presupuesto de la mezcla de mercado .....	79
2.2	Plan de operaciones.....	80
2.2.1	Ficha técnica de productos y/o servicios.....	80
2.2.2	Localización e identificación del tamaño del negocio .....	92
2.2.2.1	Macro localización. ....	92
2.2.2.2	Micro localización.....	95
2.2.3	Descripción de procesos.....	97
2.2.4	Distribución física e ingeniería del proyecto.....	100
2.2.5	Necesidades y requerimientos.....	102
2.2.5.1	Necesidades y requerimientos para el diseño y patronaje.....	102
2.2.5.2	Necesidades y requerimientos para la producción.....	104
2.2.5.3	Necesidades y requerimientos para la playa de ventas.....	107
2.2.6	Plan de producción u operación .....	108
2.3	Aspectos organizacionales.....	109
2.3.1	Direccionamiento estratégico.....	109
2.3.2	Estructura organizacional.....	112
2.3.3	Descripción de manuales.....	113
2.3.4	Descripción de funciones .....	114
2.3.5	Descripción de procedimientos .....	121
2.4	Reglamentos .....	128
2.4.1	Reglamento interno de trabajo .....	128
2.4.2	Reglamento de higiene y seguridad industrial .....	151
2.4.3	Reglamento de salud ocupacional .....	157



2.4.4 Constitución legal de la empresa.....	161
2.5 Plan financiero.....	163
2.5.1 Estudio económico .....	163
2.5.2 Determinación de inversiones .....	164
2.5.3 Cálculo y proyección de costos y gastos .....	172
2.5.3.1 Cálculo de costos y gastos.....	172
2.5.3.2 Proyección de costos y gastos.....	188
2.5.4 Calculo y proyección de ingresos.....	191
2.5.5 Identificación del punto de equilibrio .....	192
2.5.6 Estados financieros.....	195
2.5.7 Balance general .....	197
2.5.8 Estado de resultados proyectado .....	199
2.5.9 Flujo de efectivo.....	200
2.5.10 Evaluación financiera.....	201
2.5.11 Determinación de indicadores financieros .....	201
2.5.11.1 Indicadores de liquidez.....	201
2.5.11.2 Indicadores de endeudamiento.....	202
2.5.11.3 Indicadores de actividad o eficiencia.....	203
2.5.12 Indicadores de rentabilidad financiera .....	205
2.5.13 Valor presente neto (VPN) .....	206
2.5.14 Tasa interna de retorno .....	207
2.5.15 Relación costo-beneficio .....	208
2.5.16 Análisis de sensibilidad y riesgo .....	209
2.6 Identificación de incidencias del plan de negocio.....	210
2.6.1 Incidencias económicas.....	210
2.6.2 Incidencias ambientales.....	212
2.6.3 Incidencias sociales .....	213
3. Conclusiones .....	215
4. Recomendaciones.....	217
Referencias Bibliográficas .....	219
Anexos.....	225

## Índice de Tablas

Tabla 1. Distribución por estratos de la ciudad de Pasto.....	35
Tabla 2. Tabla de aproximado de perros con hogar.....	36
Tabla 3. Distribución de estratos por hogares .....	40
Tabla 4. Distribución de encuestas .....	45
Tabla 5. Variedad del producto.....	51
Tabla 6. Proyección del número de hogares.....	61
Tabla 7. Cálculo de unidades de demanda .....	62
Tabla 8. Proyección unidades de la demanda.....	63
Tabla 9. Proyección precio de la demanda .....	64
Tabla 10. Unidades y precio unitario por modelos.....	66
Tabla 11. Proyección unidades de la oferta .....	67
Tabla 12. Proyección precio de la oferta .....	69
Tabla 13. Calculo demanda insatisfecha .....	70
Tabla 14. Demanda insatisfecha que se va a cubrir.....	71
Tabla 15. Fijación de precios.....	71
Tabla 16. Calculo precio de venta .....	72
Tabla 17. Proyección de precios de venta .....	73
Tabla 18. Presupuesto de la mezcla de mercado .....	80
Tabla 19. Localización del punto de ventas en la ciudad de Pasto.....	95
Tabla 20. Localización de la planta de producción .....	96
Tabla 21. Simbología del flujograma .....	99
Tabla 22. Flujograma de la empresa.....	100
Tabla 23. Requerimientos para el diseño y patronaje.....	102
Tabla 24. Requerimientos para la producción .....	106
Tabla 25. Requerimientos para la playa de ventas .....	107
Tabla 26. Proyección de unidades a producir.....	109
Tabla 27. Condiciones de Higiene.....	154
Tabla 28. Condiciones de Seguridad .....	155
Tabla 29. Inversiones fijas área administrativa .....	164

Tabla 30. Inversiones fijas área de ventas .....	165
Tabla 31. Inversiones fijas área de producción .....	166
Tabla 32. Total de inversiones fijas .....	167
Tabla 33. Gastos por depreciación .....	167
Tabla 34. Inversión diferida.....	169
Tabla 35. Amortización de inversión diferida .....	169
Tabla 36. Capital de trabajo.....	170
Tabla 37. Total de inversión .....	171
Tabla 38. Modelo 1 chaleco lycrado deportivo .....	172
Tabla 39. Modelo 2 chaleco Sport.....	173
Tabla 40. Modelo 3 buzo en algodón perchado Urcunina.....	174
Tabla 41. Modelo 4 saco de equipos deportivos .....	175
Tabla 42. Modelo 5 chaleco prensado .....	176
Tabla 43. Modelo 6 chaleco impermeable.....	176
Tabla 44. Calculo mano de obra modelo 1 .....	177
Tabla 45. Calculo mano de obra modelo 2 .....	178
Tabla 46. Calculo mano de obra modelo 3 .....	178
Tabla 47. Calculo mano de obra modelo 4.....	179
Tabla 48. Calculo mano de obra modelo 5 .....	179
Tabla 49. Calculo mano de obra modelo 6.....	180
Tabla 50. Capacidad de unidades de producción .....	181
Tabla 51. Costo de materia prima.....	181
Tabla 52. Costo mano de obra.....	182
Tabla 53. Nómina de producción .....	183
Tabla 54. Provisiones de nómina de producción.....	183
Tabla 55. Nómina de ventas .....	184
Tabla 56. Provisiones de nómina de venta .....	184
Tabla 57. Nómina de administración.....	184
Tabla 58. Provisión de nómina de administración .....	185
Tabla 59. Útiles .....	185
Tabla 60. Materiales .....	186

Tabla 61. Total de los CIF .....	187
Tabla 62. Cálculo de costos unitarios totales .....	188
Tabla 63. Variación porcentual de índice de precios al productor.....	188
Tabla 64. Proyección de materia prima directa e indirecta .....	189
Tabla 65. Variación de salarios.....	189
Tabla 66. Proyección mano de obra .....	190
Tabla 67. Proyección porcentual de IPC .....	190
Tabla 68. Proyección de CIF .....	191
Tabla 69. Proyección de ingresos .....	191
Tabla 70. Cálculo de costos y gastos variables .....	193
Tabla 71. Cálculo de contribución marginal .....	193
Tabla 72. Cálculo de punto de equilibrio .....	194
Tabla 73. Resumen para el cálculo del punto de equilibrio.....	194
Tabla 74. Estado de costos “urcunina wau” .....	195
Tabla 75. Estado de situación financiero inicial.....	197
Tabla 76. Balance general proyectado.....	198
Tabla 77. Estado de resultados proyectado Urcunina Wau .....	199
Tabla 78. Flujo de efectivo Urcunina Wau .....	200
Tabla 79. Indicadores de liquidez.....	202
Tabla 80. Indicadores de endeudamiento .....	202
Tabla 81. Indicadores de actividad o eficiencia .....	204
Tabla 82. Indicadores de rentabilidad .....	205
Tabla 83. Costo de capital .....	206
Tabla 84. Tasa de descuento .....	206
Tabla 85. Cálculo del VPN.....	207
Tabla 86. Cálculo de la TIR.....	208

## Índice de Figuras

Figura 1. Iconografía de la comunidad Kamsá .....	20
Figura 2. Iconografía de los Pastos .....	20
Figura 3. Chaleco lycrado deportivo .....	23
Figura 4. Chaleco sport para clima frio .....	24
Figura 5. Chaleco sport para clima cálido .....	25
Figura 6. Chaleco impermeable .....	25
Figura 7. Chaleco prensado .....	26
Figura 8. Sacos de equipos deportivos .....	27
Figura 9. Buzo en algodón perchado .....	28
Figura 10. Tallaje personalizado .....	29
Figura 11. Hogares interesados en adquirir ropa para perros .....	53
Figura 12. Hogares que tienen perros como mascotas .....	54
Figura 13. Calidad de la tela.....	55
Figura 14. Precio .....	55
Figura 15. Diseño .....	56
Figura 16. Originalidad .....	56
Figura 17. Tallaje.....	57
Figura 18. Razón por la que compraría ropa para su perro .....	58
Figura 19. Prendas.....	58
Figura 20. Frecuencia con la que compran prendas de vestir para perros .....	59
Figura 21. Lugar en el que comprarían ropa para canino.....	74
Figura 22. Medios de comunicación .....	74
Figura 23. Logotipo.....	76
Figura 24. Bolsa de presentación .....	77
Figura 25. Página web.....	78
Figura 26. Código QR página web.....	79
Figura 27. Perfil de urcunina wau en Instagram .....	79
Figura 28. Ficha técnica chaleco lycrado .....	81
Figura 29. Ficha técnica chaleco sport .....	83

Figura 30. Ficha técnica buzo algodón perchado .....	85
Figura 31. Ficha técnica chaleco prensado.....	87
Figura 32. Ficha técnica chaleco deportivo.....	89
Figura 33. Ficha técnica chaleco con gorro.....	91
Figura 34. Localización departamento de Nariño .....	93
Figura 35. Procesos de direccionamiento.....	98
Figura 36. Plano del punto de ventas .....	101
Figura 37. Plano de planta de producción .....	101
Figura 38. Máquina plana Zoje .....	104
Figura 39. Máquina fileteadora Kanse .....	104
Figura 40. Máquina cortadora .....	105
Figura 41. Máquina troqueladora .....	105
Figura 42. Organigrama .....	113
Figura 43. Manual de funciones gerente general .....	115
Figura 44. Manual de funciones contador .....	116
Figura 45. Manual de funciones Auxiliar contable .....	117
Figura 46. Manual de funciones jefe de producción .....	118
Figura 47. Manual de funciones operarios .....	119
Figura 48. Manual de funciones vendedor .....	120
Figura 49. Procedimiento de diseño y compra de materiales.....	122
Figura 50. Procedimiento de estampado .....	123
Figura 51. Procedimiento de confección, acabado y planchado .....	124
Figura 52. Procedimiento de control de calidad y empaque .....	125
Figura 53. Procedimiento de distribución .....	126
Figura 54. Procedimiento de almacenamiento de materias primas .....	127
Figura 55. Punto de equilibrio.....	195

## **Índice de Anexos**

Anexo A. Encuesta aplicada a clientes.....	225
Anexo B. Encuesta aplicada a los proveedores.....	231
Anexo C. Encuesta aplicada a proveedores de insumos .....	233
Anexo D. Cuadro guía para análisis de la competencia.....	235
Anexo E. Base de datos TerriData (población en el municipio de Pasto).....	236
Anexo F. Cotización de necesidades y requerimientos, maquinaria y equipo. ....	237

## **Introducción**

El presente plan de negocio se realiza para una empresa dedicada a la producción y confección de ropa para caninos, en la actualidad hacen parte de la familia, es tanto así que no tan solo se opta por comprar mascotas, sino también por adoptar, para brindarles un hogar lleno de amor.

En gran medida las mascotas que están más presentes en los hogares suelen ser perros y gatos, donde los perros se destacan, debido a que se les conoce por ser fieles compañeros, en el libro *Domesticación, bienestar y relación entre el perro y los seres humanos* afirma:

Nadie puede dudar que los perros poseen un nivel de complejidad individual, social y poblacional, que son conscientes de su propia existencia y de la existencia de su especie. Se afirma que los animales deberían incluirse en un círculo moral ampliado, donde nuestra compasión no justifique, sino que sea un motivo para considerar lo mejor para ellos. (Koscinczuk, 2017, p. 86)

Es por ello que, para compensar ese amor desinteresado, los dueños invierten grandes cantidades de dinero para consentirlos y brindarles una mejor calidad de vida, dicho lo anterior se propone este plan de negocio buscando innovar con diseños exclusivos, esto a través de productos que se manejarán dentro de catálogos físicos y virtuales. Algunos de los diseños están basados en un enfoque cultural con las culturas prehispánicas del departamento de Nariño y del Putumayo, el cual se destacan por sus iconografías, además de ello se piensa tanto en el cuidado del medio ambiente como en la comodidad de la mascota, es por eso que se utilizarán telas biodegradables, hipoalergénicas y termodinámicas.

Es importante conocer la factibilidad antes de introducir un producto al mercado, por ende, se hace un estudio de las diferentes variables que resultan importantes para determinar el potencial del producto; de igual manera en el presente trabajo se abordarán los principales temas que intervienen directa o indirectamente en la fabricación y confección de ropa para perros, en primer lugar se identificarán las características del producto o servicios que se va a presentar al público, en este caso, a la ciudad de Pasto, centrándose en personas de estrato 2, 3, 4 y 5 en el área urbana



por las características propias de los productos a ofrecer, por otra parte en este punto es primordial dar a conocer el factor diferencial y el valor agregado del producto, y porque puede ser innovador y tener aceptación en el mercado.

Siguiendo la estructura de un plan de negocio, el presente trabajo se basa en el análisis de los diferentes componentes básicos como lo son: un estudio de mercado que analiza los diferentes elementos propios del mercado (oferta, demanda, precio, canales de distribución, canales de comunicación), plan de operaciones (ficha técnica del producto, localización, procesos, ingeniería del proyecto, necesidades, etc.), aspectos organizacionales (reglamentos, descripción de manuales, funciones y procedimientos), estudio económico financiero (Proyección de costos, gastos e ingresos, estados financieros e indicadores de rentabilidad) y posibles impactos de índole económico, ambiental y cultural que podrá tener el desarrollo del plan de negocios, para así determinar si es factible y viable el proyecto.

## **1. Concepto del negocio**

A partir de las nuevas tendencias en moda que se presentan en el mundo, no se puede dejar de lado el mercado de las mascotas que también se ve involucrado por este fenómeno, el cual se refleja en su mayor parte por las prendas de vestir para estos caninos. Es un mercado llamativo, por ello este plan de negocio va direccionado para una empresa de confección de ropa para caninos "Urcunina wau" personalizada y con diseños de la cultura prehispánica de Nariño y Putumayo en la ciudad de Pasto a continuación se presenta en mayor detalle la idea de negocio.

### **1.1 ¿En qué consiste?**

En la actualidad las mascotas son consideradas parte del núcleo familiar, el amor que se siente por una mascota es sustancial, donde a través del tiempo las personas han ido aprendiendo a respetarlos y protegerlos, es tanto así que en Estados Unidos, por ejemplo, ahora hay más perros y gatos que niños, Colombia no es ajena a esta situación, según la doctora Acero (2022), profesora de la Facultad de Medicina Veterinaria y de Zootecnia de la Universidad Nacional de Colombia (UNAL) y autora del libro *La familia multiespecie, perros y gatos compañeros*, afirma que: “Alrededor del 40% de los hogares colombianos reportan tener al menos un animal de compañía” (párr. 2)

Incentivando el mercado de estos nuevos miembros de la familia, este es un mercado relativamente nuevo por explotar, Rodríguez et al. (2008) menciona:

Este impacto positivo, facilita el proceso de acercamiento e integración de las personas con el medio, lo que ha incidido en la expansión de la producción y comercialización de productos relacionados con el bienestar de las mascotas [...] Ello ha generado el concepto de crear nuevos productos y servicios relacionados con guarderías, colegios, hoteles y hospitales, que faciliten el manejo y la tenencia de mascotas en el hogar y, que a su vez los propietarios son más exigentes con ellas; además pueden ser personas que conviven en espacios reducidos u horarios de trabajo extensos en el que sus animales de compañía pueden verse afectadas por las largas jornadas de soledad. Se colige entonces que el mercado emergente de las mascotas ha tomado mucha fuerza, con diversidad de productos y servicios, sin embargo, todavía hay mucho campo de acción por

desarrollar. (p. 12)

Por ende este plan de negocios consiste en la fabricación de un producto, que podría llegar a convertirse en uno de primera necesidad para los caninos, como es la ropa para perros, teniendo en cuenta los factores climáticos, es decir realizar prendas que se adecuen a cada clima en el que se encuentre el canino, que si bien existe competencia en este mercado, no es tan grande en términos de diseño, es por esto que el plan de negocios consistirá en la confección de ropa basados en primer lugar en el estilo de vida de las mascotas, respecto a las actividades y rutinas que tengan en el día a día junto a sus dueños, contando con diseños innovadores e interesantes, plasmados en las líneas que se manejarán dentro del catálogo y basados en diseños referentes a las culturas prehispánicas, es decir aquellas culturas que se desarrollaron antes de la llegada de los Españoles.

Desde cada uno de sus referentes culturales históricamente ha contribuido a la sostenibilidad ecosistémica del territorio puesto que para estas comunidades indígenas el territorio no solo es la unidad geográfica sino el organismo vivo generador de vida en el espacio y en el tiempo. (Valenzuela, 2019, p. 3)

Lo anterior forma una nueva tendencia en los jóvenes y en la mayoría de los habitantes de la región andina, puesto que quieren ver reflejada una cultura regional, en el caso de la industria textil con su objetivo de atraer el interés de los consumidores, según Díaz (s.f.) menciona que:

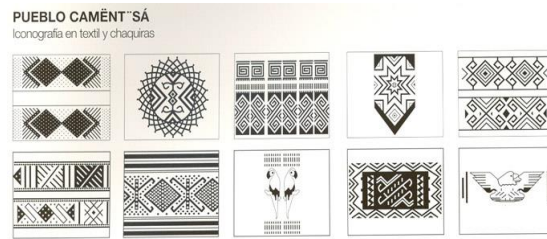
Como resultado de esa constante búsqueda de inspiración, la industria ha encontrado una tendencia polémica. Se trata de utilizar dibujos, textiles, patrones, diseños o símbolos que tienen un origen étnico, tradicional o folclórico, muchas veces con alto contenido místico o religioso, pertenecientes a minorías de diferentes naciones o países. (párr. 3)

Colombia es rico en carácter arqueológico y en Nariño se ubica uno de los yacimientos más grandes del país, ubicado en el municipio de Pupiales donde existe la mayor parte de la iconografía de los Pastos que han sido como inspiración para la elaboración de algunos de los diseños, en cuanto al departamento del Putumayo se destacan las comunidades indígenas del Valle del Sibundoy como lo son los Inga y Kamsá (Kamentsá), el cual se basan en sus conocimientos

ancestrales y espirituales que se ven reflejados en sus vestimentas y artículos artesanales, esto para promover una identidad cultural sobre la región, y a partir de ello establecer un sentido de pertenencia, algunas de las iconografías se suelen representar de la siguiente manera:

### Figura 1

Iconografía de la comunidad Kamsá



Fuente: Artesanías de Colombia, 2014

### Figura 2

Iconografía de los Pastos



Fuente: 468, 2022

La idea del plan de negocios es integral, teniendo en cuenta diversos escenarios que puedan influir en su comercialización, tales como el tipo de tela, gustos y tendencias de las personas dueñas de canes, canales de distribución, atención personalizada, entre otros, con la distinción de los anteriores elementos la base del plan de negocios consiste en:

1. Ofrecer al dueño del canino una prenda que sea estéticamente agradable y que en cierta medida se sienta atraído e identificado por la marca.
2. Confeccionar ropa para perros que sea cómoda y se adecue a su estilo de vida, como puede ser deportivo, formal, entre otros, brinde protección contra el clima, bien sea frío, caliente o templado.
3. Presentar una marca amigable con el planeta ya que esta se hará con telas en su mayoría biodegradables como el algodón perchado que es 100% hecho de fibra de algodón, el lino Flex que es 100% polímero reciclado, que a pesar de no ser un material biodegradable contribuye al reciclaje de botellas pet's, termodinámicas como la tela flannel o piel de durazno que es un textil semi - térmico, ancho, grueso y peludo, e hipoalergénicas como el antiluido que es 100% poliéster, para cuidar de la salud de la mascota, además de ello se utilizarán los retazos, ya sea para hacer pañoletas o completar algún acabado de otra prenda.
4. La promoción y distribución del producto se hará de manera virtual y física, se contará con un catálogo promovido a través de redes sociales y páginas web, también se hará a través de catálogos físicos destinados a personas que no confían aún en transacciones digitales, que muchos dirían desactualizado, pero que a personas con mayor edad resulta más llamativo por su menor riesgo, además da la oportunidad al consumidor de escoger libremente la prenda que se adapte a sus gustos, siendo así una compra sencilla y confiable.
5. Brindar servicios de asesoría respecto al tallaje de la prenda, para que se adecue mejor a su mascota, a través de canales de atención personalizada.

## **1.2 Bienes y servicios**

### ***1.2.1 Bienes***

“Urcunina wau” A partir de las siguientes categorías de clima frío y cálido ofrece estas diversas líneas de productos, basadas en la iconografía de los Pastos y Kamsá, ya que como se mencionó en

reiteradas veces, Nariño cuenta con uno de los yacimientos arqueológicos más importantes de Colombia, que se encuentra en el municipio de Aldana y sus alrededores, dónde generalmente los indígenas de la región retratan formas naturales y geométricas en sus vestimentas, instrumentos, cerámicas y tejidos.

Estos llamados pictogramas también se los puede ver a lo largo de los territorios ocupados por los pastos, uno de los más representativos es la “estrella de ocho puntas” o también conocida como “sol de los pastos”, su significado real es incierto, pero según el director del centro cultural del banco de la república en la ciudad de Pasto, Carlos Guillermo López, se utilizaba a modo de calendario agrícola; y por otro lado el pueblo de los Kamsá (Kamëntsá) que se encuentra ubicada en el Valle del Sibundoy, departamento del Putumayo, se caracteriza por su cosmovisión animista y su estrecha relación con la naturaleza.

Los diseños geométricos en los tejidos representan los patrones y formas que los Kamsá observan en la naturaleza, como los dibujos que se forman en la arena de los ríos, las formas de las hojas y los pétalos de las flores, y las figuras que se forman en las nubes y en los cielos. También utilizan colores y diseños que representan los elementos naturales, como el verde para representar la vegetación, el rojo para representar la sangre y la vida, y el azul para representar el agua y el cielo, en cuanto a los pictogramas, son símbolos que representan elementos de la cultura y la vida cotidiana Kamsá, como animales, plantas, objetos y eventos importante.

Lo anterior es uno de los factores diferenciales del presente plan de negocios en términos de diseño, donde su intención es desarrollar un producto con identidad cultural, con iconografías representativas del pueblo de los pastos y Kamsá, ya que la historia otorga diferentes iconos, diseños geográficos, colores y panoramas que muchas veces son ignorados y a su vez sus líneas buscan satisfacer las necesidades de los clientes a partir del estilo de vida, preferencia en colores o cuidado en la salud que quieran los dueños de las mascotas para sus perros. Los productos que se van a manejar son las siguientes:

***Chaleco lycrado deportivo:*** Fabricado en lycra que otorga diversos beneficios a la mascota entre las cuales están la elasticidad, además de que es una tela compuesta por fibras sintéticas hacen que

favorezcan la ligereza de los caninos, favorecen la absorción de humedad y hacen que su tela sea agradable tanto para clima cálido, como frío.

Es un diseño tipo chaleco, el cual es llamativo por sus colores. A continuación, se presentará su diseño y características nuevas:

### Figura 3

*Chaleco lycrado deportivo*



Este modelo cuenta con características destinadas a caninos deportivos, tiene cinta reflectiva para evitar accidentes de tránsito, su tela es caracterizada por su elasticidad y resistencia a la deformación, lo anterior ayuda a la comodidad y ajuste al cuerpo de la mascota, puesto que puede alargarse hasta 3 veces su longitud inicial y retornar al instante apenas la tensión desaparezca. Además de varias propiedades que posee la lycra, es refrescante ideal para el clima cálido, por sus poros que permite una adecuada ventilación al cuerpo de la mascota.

**Chaleco sport:** Este chaleco tiene varias particularidades que lo hacen diferente, desde su forma de colocación al canino, hasta sus materiales, este modelo se hizo adaptable a tres tipos de climas, frío, templado y cálido, por lo tanto, dependiendo de ello su material cambia. Para clima frío y templado, según la preferencia del dueño de la mascota se ofrece el siguiente modelo:

#### Figura 4

##### *Chaleco sport para clima frio*



Este modelo está fabricado con tela anti fluido que se caracteriza por repeler fluidos, fácil de lavar, liviana y cómoda, no se encoge ni se estira, y flannel o piel de durazno que es un textil de alta calidad, se caracteriza por ser liso y suave al tacto, esta combinación de telas hace que sea termodinámica y perfecto para el clima frío, resistente y de alta duración, además es de fácil colocación ideal si el perro es inquieto, cuenta en sus extremos con velcro adhesivo, y agregamos al modelo la capacidad de ser doble faz según preferencia del dueño de la mascota.

Para el clima cálido al ser la piel de durazno una tela termodinámica no es apta para este tipo de climas y es reemplazada por la malla, que hace que el flujo de aire permite a la tela oxigenación, secado rápido, cómoda, ligera y lo que es más importante, reduce la intensidad de temperatura.



**Figura 5**

*Chaleco sport para clima cálido*



**Chaleco impermeable estampado:** Este chaleco está diseñado para clima frío, templado y cálido, su diseño es sencillo y práctico, elaborado con material antilíquido estampado y flannel, que otorga un estilo diferente, a sabiendas de las propiedades de las anteriores telas. es el siguiente:

**Figura 6**

*Chaleco impermeable*



El modelo cuenta con tres diferentes colores en el estampado, tiene gorro y este, como se puede apreciar en la imagen anterior se puede retirar según el gusto del dueño, tiene broche plástico, es termodinámico, hipoalergénico y sus costuras son reforzadas para mayor duración. Para clima cálido se reemplazará la tela piel de durazno con la malla.

***Chaleco prensado:*** Este chaleco es caracterizado por sus pliegues plisados en forma de moños en el modelo del saco, otorgando un estilo original, sencillo pero llamativo, como se representa a continuación:

**Figura 7**

*Chaleco prensado*



Este modelo está fabricado con algodón perchado, el cual es un material con muchas propiedades y cualidades que hacen del textil un material ideal para la elaboración de ropa para perros, puesto que no motea, no encoge, es resistente, grueso y termodinámico, tiene además broches plásticos, sus puños y cuellos para mayor ajuste están elaborados con dril de algodón.

***Sacos de equipos deportivos:*** En esta sección solo se encuentra un modelo conformado por la distinción de diferentes equipos deportivos colombianos.

**Figura 8**

*Sacos de equipos deportivos*



Los anteriores modelos pertenecen a varios equipos deportivos que representan los gustos de

los dueños de las mascotas y como quieren verlos reflejados en los caninos, son buzos elaborados con algodón perchado y rit de poliéster para dar forma al buzo, su estampado es sublimado, el cual es mucho mejor por su alta durabilidad en telas.

***Buzo algodón perchado:*** Este modelo tiene bordados en sus fillos, los bordados tienen iconos representativos de los Pastos y Kamsá, sus colores son llamativos, tienen gorro y broches, y un bolsillo en su espalda, el material que se utiliza es el algodón perchado, es ideal para cualquier ocasión.

### **Figura 9**

*Buzo en algodón perchado*





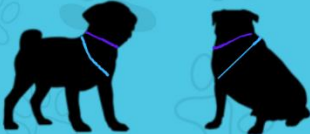


#### ***1.2.2 Servicios***


“Urcunina wau” ofrece servicio de tallaje a través de canales de atención al cliente, sin costo adicional al momento de hacer el pedido, la prenda personalizada en tallaje se entregará como máximo dos (2) días adicionales, de igual manera se especifican las instrucciones a tener en cuenta al momento de tomar las medidas del perro. A continuación, se presenta una tabla guía.

**Figura 10**  
Tallaje personalizado

## Mide a tu perro



Tamaño	Talla	Cuello	Pecho	Razas de referencia
<b>Pequeño</b> 	XXS	20 - 30	30 - 40	Pinscher, Yorkie, Maltes Poodle Pomerania  Chihuahua Dachshund
	XS	30 - 36	36 - 46	
<b>Mediano</b> 	S	34 - 41	44 - 52	Poodle Beagle Bostón terrier Schnauzer Shih-tzu  Pug Jack Russel Fox terrier Westie Bulldog frances
	M	36 - 44	50 - 64	
Tamaño	Talla	Cuello	Pecho	Razas de referencia
<b>Intermedio</b> 	L	41 - 44	56 - 68	Beagle Cocker spaniel Bulldog ingles Pastor Shetland Springer Boxer Bullterrier  Bulldog Samoyedo
	XL	46 - 57	66 - 78	
	2XL	52-64	72 - 84	
<b>Grande</b> 	3XL	56 - 67	76 - 90	Bull terrier Pitbull Husky siberiano Springer spaniel Golden retriever Rotweiller Labrador Gran danés
	4XL	65 - 78	104 - 114	
	5XL	74 - 86	114 - 125	



### **1.3 Análisis del sector situacional**

Es importante analizar el sector y situacional puesto que es vital para el desarrollo de una empresa identificar variables del entorno en el que se encuentra, que influyen de forma directa o indirectamente en su actividad, para así desarrollar estrategias que ayuden a la entidad a desenvolverse frente a los diversos escenarios y poder perpetuar su objeto social. para el análisis se basará en un macro ambiente y microambiente.

#### ***1.3.1 Macro ambiente***

Según Hernández (2017), “el macro ambiente son las fuerzas más grandes de la sociedad, que afectan a todo el microambiente, a las fuerzas demográficas, económicas, naturales, tecnológicas, políticas y culturales” (p. 11). Para el desarrollo del presente plan de negocios se tendrá en cuenta los siguientes factores:

##### **1.3.1.1 Factores legales, políticos y normativos.**

**Factores legales.** Ley 1014 de 2006 - capítulo III: Fomento a la cultura del emprendimiento. Permite a esa persona que es capaz de innovar y generar bienes de una manera creativa, ética, responsable y efectiva crear empresa o una idea que le genere riqueza la cual le genere un valor tanto a la economía como a la sociedad.

Es importante tener en cuenta aspectos internacionales como es la ley 1241 de 2008 aprobó el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y los países del Triángulo Norte. y la ley 1363 de 2009 aprobó el Acuerdo de Libre Comercio entre la República de Colombia y Canadá. Puesto que los tratados de libre comercio son fundamentales para la ejecución de este plan de negocio, debido a que gran parte de las telas son importadas al igual que las máquinas de confección industrial que se necesitan para la fabricación de las prendas, quien también se encuentra amparado en el decreto 1351 del 22 de agosto del 2016, en el cual la República de Colombia ha suscrito acuerdos comerciales que prevén para el sector textil y confecciones mecanismos para adquirir insumos.

En cuanto al etiquetado de las confecciones, se encuentra contenido en la Resolución 2271 del 2019, Por la cual se expide el Reglamento Técnico sobre Etiquetado de Confecciones.

**Factores normativos:** en Colombia las normas ICONTEC normaliza las técnicas de calidad, y el comité 062 está dedicado en las normas de confección y textiles, algunas de ellas para agregar competitividad y permanencia a tener en cuenta puesto que varias de estas normas técnicas son equivalentes a las normatividades generadas por el Organismo Internacional de Estandarización (ISO), algunas de las normas de calidad de textiles son:

- NTC 1990:1994 Textiles y confecciones. Fibras. Fibras cortadas de poliéster.
- NTC 2089:2013 Hilos de algodón para coser.
- NTC 730-2:2001 Textiles. Telas de tejido plano. Requisitos generales

Y otras técnicas para la confección son:

- NTC 1806:2014 Textiles. Código de rotulado para el cuidado de telas y confecciones mediante el uso de símbolos.
- NTC 2509:1988 Textiles y confecciones. Ropa para deporte.

Además, se cuenta con la GTC 230:2012 llamada guía para las buenas prácticas en la confección de prendas de vestir. Pero ya que es una guía no es obligatorio su cumplimiento.

**Factores políticos:** Dentro del Plan de Desarrollo del Gobierno Nacional (2023) se encuentra velar por la justicia ambiental y gobernanza inclusiva, el cual plantean que se asegurará la transparencia y el acceso a la información, la participación pública en procesos de toma de decisiones y el control efectivo de la gestión pública, y se fortalecerá la gobernanza inclusiva a través de la conservación de las especies, del bienestar y la protección de los animales. Esto genera una tendencia a nivel país puesto que promueve la protección por los animales, incentivando su adopción y lo que es más crucial, el respeto, amor y cuidado hacia los animales.

Además, la Banca de desarrollo e instrumentos alternativos de financiamiento para la

reindustrialización implementará estrategias de conexión de actividades productivas y MiPymes sostenibles con fuentes de financiamiento. Adicionalmente, se fomentará el crecimiento de fondos de capital privado y capital emprendedor diferenciando su marco regulatorio, e impulsando la inversión de impacto y el apoyo a emprendimientos innovadores, además del fortalecimiento del Grupo Bicentenario.

**1.3.1.2 Factores económicos.** Como dice Arenales (2022) en su artículo en la república:

Las mascotas han empezado a jugar un rol cada vez más relevante en las familias, lo que tiene un efecto de inversión en productos de categorías para los compañeros de cuatro patas del hogar. De hecho, solo en Bogotá 40,2% de los hogares tienen mascota, según el DANE. De acuerdo con cifras de NielsenIQ, solamente en 2022 la categoría de comida para mascotas ya ha facturado \$1,2 billones, lo que representa un crecimiento de 23% con respecto al año anterior. (párr. 1)

Según Lourdy (2022),

Las transacciones con Visa a través de canales digitales sí reportaron un alza significativa en los mercados de Argentina, Uruguay, Guatemala y Colombia. De acuerdo con el informe, el aumento de las compras de productos y servicios relacionados con mascotas logró un incremento del 40%, en el primer trimestre de 2022, frente al mismo periodo de 2021. (párr. 3)

Según Lourdy (2022) en la revista portafolio:

Acorde con cifras de la plataforma Mercado Libre, en lo que va del año, se ha presentado en el Marketplace un incremento del 11% en las ventas de la categoría de mascotas, generando más de 340.000 productos vendidos a la fecha. (párr. 7)

Según revista Forbes (2022):

Se estima que los colombianos gastan al año \$3 billones en alimentos, juguetes y ropa para sus



mascotas. La proyección es que en 2023 esta cifra llegue a los \$5 billones. Plataformas especializadas siguen creciendo y dicen que la pandemia marcó una tendencia positiva que seguirá en aumento. (párr. 2)

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE, 2023) para el mes de diciembre de 2022, la tasa de desempleo del total nacional fue 10,3%, mientras que en el mismo mes de 2021 fue 11,1%. La tasa global de participación se ubicó en 63,8%, lo que significó un aumento de 1,3 puntos porcentuales respecto a diciembre de 2021 (62,5%). Y en la ciudad de Pasto, según la dirección y generación de empleo en Pasto es el 12,2%, este es un dato interesante puesto que la empresa busca otorgar empleo, especialmente a las madres cabeza de hogar.

Según la revista portafolio (2022):

En la última parte del año el Banco de la República dio a conocer sus previsiones, según la encuesta de expectativas hecha a analistas, en las que la inflación finalizará el 2022 en un 12,2%, pero a lo largo de 2023 empezaría a ceder para cerrar el año en el 7,5 %. (párr. 3)

Dicho esto se conoce un mercado bastante amplio, respecto a las mascotas, teniendo en cuenta que cada día son más hogares que tienen un canino como parte de su familia, donde además de suplir las necesidades básicas de estos, no está de más consentirlos, ya sea con prendas que ayuden con el cuidado y comodidad de las mascotas, contando con la buena demanda de estos productos que hay en el público de acuerdo a las cifras mencionadas con anterioridad, abriendo así la posibilidad de contribuir a la economía en la región y generar diversos empleos para el buen funcionamiento y ejecución de este plan de negocio.

**1.3.1.3 Factores socioculturales.** La necesidad de cuidar a una mascota ha creado un mercado amplio, donde existen productos para perros tanto de primera necesidad como su alimento de diferentes marcas, calidades y precios, hasta productos como peines, accesorios, ropa, perfumes, bolsos, collares, entre otros.

Diferentes son las razones por las cuales se evidencia el aumento de mascotas en los hogares

colombianos para llenar espacios afectivos, donde el incremento en la capacidad económica de la sociedad hace que asuman gastos adicionales destinados a la comodidad, cuidado y satisfacción de las mascotas. Según Gómez et al. (2007):

Los registros del Ministerio de Protección Social del año 2006 indican que en Colombia hay 4'224.575 perros (9). El Congreso colombiano a través de la Ley 746 reguló la tenencia de los perros en las zonas urbanas y rurales, con el fin de proteger la integridad de las personas, la salud pública y el bienestar del propio ejemplar canino. (p. 3)

Especialmente esta tendencia ha ido en aumento por los beneficios que una mascota brinda a su dueño. Según Gómez et al. (2007), “Las investigaciones científicas han clasificado estos efectos en cuatro áreas específicas: terapéuticos, fisiológicos, psicológicos y psicosociales” (p. 379), donde ya tener un can implica una responsabilidad más, cumplir actividades como proporcionar una alimentación adecuada, disponibilidad de tiempo para compartir con su mascota, sacarlo a paseos matutinos y proporcionar más afecto a las mascotas, cuidarlos y dar amor, pues es claro que es sorprendente como una mascota puede mantener la salud física y psicológica por lo cual, ya no es una tendencia del momento sino un nuevo miembro de la familia.

**1.3.1.4 Tendencias tecnológicas.** Esta es una tendencia que también influye directamente a la actividad del plan de negocios, puesto que es una empresa dedicada a la fabricación de ropa para perros, utiliza máquinas de confección industriales, por lo cual es necesario estar a la vanguardia de las nuevas tecnologías que facilitan su elaboración. Según Castellanos (2012):

Se ha demostrado que en repetidas ocasiones los negocios más competitivos, eficientes y con un buen manejo de sus procesos son aquellos que han hecho uso de las tecnologías. Contar con sistemas rápidos, sencillos, transparentes y prácticos permiten afrontar la incertidumbre del entorno y fomentan la creatividad y la innovación. (p. 32)

**1.3.1.5 Tendencias ambientales.** En la industria textil se habla demasiado sobre las fibras naturales y biodegradables, donde cada vez se habla más de sostenibilidad. La líder en desarrollo sostenible Decathlon Colombia, Elis Ricaurte, utiliza poliéster reciclado proveniente de botellas

pet's, o en casos como Narcisa basa su producción en empaques biodegradables, los negocios sostenibles se vuelve un tema de mayor interés, donde es importante tener en cuenta los materiales que se utilizan para llevar a cabo la actividad operativa de la empresa, utilizando insumos que sean amigables con el medio ambiente.

### 1.3.2 Microambiente

Según Hernández (2017), “el microambiente son las fuerzas cercanas a la compañía que afectan su habilidad de servir a sus clientes, la compañía, los proveedores, las empresas en el canal de mercadotecnia, los mercados de clientes, los competidores y los públicos” (p. 8). En este orden de ideas influyen directamente las siguientes variables:

- Consumidores
- Competencia
- Proveedores

#### **Consumidores:**

#### **Mercados del consumidor:**

En San Juan de Pasto debido a que el censo poblacional se elabora cada 10 años por parte del DANE, se obtuvieron cifras del año 2018 como los datos más recientes de la distribución por estratos de las viviendas según el servicio de energía, la cual se presenta en la siguiente tabla:

**Tabla 1**

*Distribución por estratos de la ciudad de Pasto*

<b>Estrato</b>	<b>Clasificación</b>	<b>%</b>	<b>Decimales</b>	<b>Hogares</b>
1	Bajo – Bajo	31.79%	0.3179	31.306
2	Bajo	37.87%	0.3787	37.294

<b>Estrato</b>	<b>Clasificación</b>	<b>%</b>	<b>Decimales</b>	<b>Hogares</b>
3	Medio – Bajo	20.79%	0.2079	20.474
4	Medio	7.07%	0.0707	6.962
5	Medio – Alto	2.44%	0.0244	2.403
6	Alto	0.04%	0.0004	39

Nota: Distribución de las viviendas según el servicio de energía de Pasto. Fuente: Cedenaar (2018).

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2018) en su informe utilizando su plataforma de TerriData, se informa que la población del municipio de Pasto asciende a un total de 392,930 personas. El DANE también proporciona datos acerca del tamaño promedio de los hogares en la región, estableciendo que, en promedio, un hogar está compuesto por aproximadamente 3.99 personas. Al considerar este dato sobre el tamaño promedio de los hogares y aplicarlo a la población total de Pasto, se puede concluir que el municipio alberga aproximadamente 98.479 hogares particulares.

Según Meneses (2020) En cuanto a los usuarios finales del mercado de mascotas en la ciudad de San Juan de Pasto, según estadísticas del Ministerio de la Protección Social para el mes de marzo de 2017, en el Municipio de Pasto, según censo habitan 39.613 perros (Ministerio de la Protección Social, 2020), de los cuales aproximadamente el 80% de ellos tiene hogar, es decir 31.690 caninos. El resto se encuentra en condición de calle. En la ciudad de Pasto se realizó una estadística para hacer un reporte de vacunación antirrábica de perros y gatos Colombia año 2020.

Se puede inferir la siguiente tabla con los datos proporcionados, cabe resaltar que la proporción de hogares con perros es un supuesto, más no un dato exacto o aproximado, esto se determinará después de aplicar las encuestas.

**Tabla 2**

*Tabla de aproximado de perros con hogar*

<b>Municipio</b>	<b>Perros</b>	<b>Perros con hogar</b>
Pasto	39.613	31.690

Fuente: Ministerio de Protección Social (2020).

Con la anterior información será posible aproximarse al posible mercado y conocer que la mayor cantidad hogares tienen mascotas representadas en su mayoría por perros.

## **Competencia**

Según Hernández (2017), “de acuerdo con mercadotecnia, para tener éxito, una compañía debe poner a disposición del cliente un valor y una satisfacción mayores que los proporcionados por los competidores” (p. 11). La empresa se enfrenta a un nuevo mercado el cual cada día nacen más competidores y para eso se piensa en cómo satisfacer sus necesidades mejor que su competencia, por ello es importante agregar a los productos el valor agregado.

En San Juan de Pasto según datos proporcionados por la Cámara de Comercio de Pasto, son 2 las empresas formales y activas pertenecientes al municipio de Pasto, quienes son competencia directa, puesto que dentro de su objeto social está la fabricación y confección de ropa y accesorios para mascotas, aquellas empresas o establecimientos de comercio son:

Pero además de los fabricantes de ropa para perros, también se encuentran los distribuidores de ropa para perros, puesto que ellos comercializan otras marcas nacionales como Adidog, Puppis, Lovin pet, entre otras, en total son 31 tiendas dedicadas a su comercio al por menor de prendas en la ciudad de Pasto.

## **Proveedores**

Según Hernández (2017):

Es un eslabón importante de la compañía de entrega de valor al cliente. Los gerentes de mercadotecnia deben vigilar la disponibilidad de los suministros de escasez, demoras, huelgas y vigilar la tendencia de los precios. Un incremento en los costos de los suministros puede obligar a aumentos de precios, y calcular el volumen de ventas de la compañía. (p. 10)

Para el desarrollo de este plan de negocio en la ciudad de San Juan de Pasto, si se cuenta con

los proveedores de materias primas e insumos para la fabricación de prendas de vestir para caninos, el cual están debidamente registrados en Cámara de Comercio de Pasto.

## **1.4 Objetivos**

### ***1.4.1 Objetivo General***

Elaborar un plan de negocio que evalúe la factibilidad de la fabricación y comercialización de prendas de vestir para perros, con diseños variados, exclusivos y algunos basados en las iconografías de la época prehispánica Nariño y Putumayo.

### ***1.4.2 Objetivos específicos***

- Determinar el concepto del negocio “Urcunina wau” y su actividad económica, dando a conocer los productos que se van a fabricar y comercializar, y realizar un análisis del sector y situacional, identificando su población y muestra.
- Realizar un estudio de mercado donde se analice: características y proyecciones de la oferta y demanda del producto, sistemas de fijación de precios, comercialización, estrategias de mercado y presupuesto de la mezcla de mercadeo.
- Conformar un plan de operaciones para la fabricación de ropa para perros que contenga: ficha técnica del producto y/o servicio, localización y tamaño del negocio, descripción de procesos, distribución física e ingeniería del proyecto, necesidades y requerimientos, y plan de producción u operación.
- Analizar aspectos organizacionales necesarios para la correcta distribución de tareas, dividiendo las diferentes áreas que se van a necesitar para el total funcionamiento de este plan de negocio, acorde con la normatividad vigente, teniendo en cuenta la estructura organizacional, la descripción de manuales, funciones y procedimientos.

- Desarrollar un plan financiero que incluya aspectos presupuestales, determinación de inversiones, proyecciones de costos, gastos e ingresos, identificación del punto de equilibrio, indicadores y estados financieros, valor presente neto, tasa interna de retorno, relación costo - beneficio y análisis de sensibilidad y riesgo, para así conocer la viabilidad económica del plan de negocios.
- Determinar el impacto económico, social y ambiental que tendrá en la ciudad de Pasto la posible puesta en marcha del plan de negocio.

## **1.5 Fuentes de recolección de información**

### ***1.5.1 Fuentes de información primaria***

Este tipo de fuentes contienen información original es decir son de primera mano, en este caso la información primaria se la obtendrá de los habitantes de la ciudad de Pasto pertenecientes a los estratos 2, 3, 4 y 5, además proveedores y competencia

### ***1.5.2 Fuentes de información secundaria***

Este tipo de fuentes son las que ya han procesado información de una fuente primaria. El proceso de esta información se pudo dar por una interpretación, un análisis, así como la extracción y reorganización de la información de la fuente primaria. La información secundaria del presente plan de negocio son las bases de datos proporcionadas por la Cámara de Comercio de Pasto, y entidades gubernamentales como: El DANE, Alcaldía de Pasto, CEDENAR, Secretaría de Planeación Municipal, Ministerio de medio ambiente, normas ICONTEC para la confección. Además de datos encontrados en trabajos de investigación, artículos científicos, catálogos de prendas de ropa, libros, plan de negocios, entre otros.

## **1.6 Población y muestra**

La población y muestra seleccionadas para este plan de negocios está compuesta por tres partes

que se darán a conocer a continuación.

### 1.6.1 Población

Es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación. "El universo o población puede estar constituido por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, las muestras de laboratorio, los accidentes viales entre otros". (PINEDA et al 1994:108), para este ítem se presenta:

#### Clientes:

En la tabla 1, se registró un total de 98,479 hogares, los cuales fueron distribuidos según su estrato. La población objeto de estudio está compuesta por hogares pertenecientes a los estratos socioeconómicos 2, 3, 4 y 5, como se detallará en la tabla 3, representando un total de 67,133 hogares, Se tomó solamente a este segmento debido a que en estos estratos se encuentra situada la mayor población perteneciente al municipio de Pasto, además de que cuentan con los ingresos suficientes para suplir sus necesidades básicas y pueden optar por adquirir bienes de lujo, puesto que la ropa para caninos no es un producto de primera necesidad, pero que satisface una necesidad brindando una mejor protección a la mascota.

Con los datos recolectados y seleccionados la población objeto de estudio es la siguiente:

**Tabla 3**

*Distribución de estratos por hogares*

<b>Estrato</b>	<b>Clasificación</b>	<b>%</b>	<b>Proporción en hogares</b>
2	Bajo	37.87%	37.294
3	Medio – Bajo	20.79%	20.474
4	Medio	7.07%	6.962
5	Medio – Alto	2.44%	2.403
	<b>Total</b>	<b>68.17%</b>	<b>67.133</b>

Fuente: DANE (2018)



## **Proveedores**

La población de proveedores se conforma por aquellos que se dediquen a la comercialización de hilos, telas e insumos textiles y otros necesarios para la confección de prendas de vestir, en San Juan de Pasto según bases de datos proporcionadas en Cámara de Comercio de Pasto son 18.

- Insucoser
- Coser y coser
- Tendencias
- Moderno
- Facol
- Punto botón
- Los herrajes
- Casa textil
- Herrajes Mary
- Jorge Arabia
- El gran surtidor
- Espumas y telas la 23
- Moda textil
- Kilo telas
- Moda tela
- Imagen textil
- Portofino textil
- Textimuebles de Colombia

## **Competencia**

Para el plan de negocios la competencia son los establecimientos dedicados a la fabricación, confección y comercialización de ropa y artículos para mascotas en la ciudad de Pasto, según datos proporcionados por la Cámara de Comercio de Pasto los establecimientos que se encuentran activos

y legalmente constituidos son los siguientes:

- Alba Lucia Sanchez Riascos
- Autoservicio Market Express Pasto.
- Bacanes Clínica Veterinaria
- Banana Pet Shop
- Benji Pet Shop
- Brunos Pet Center
- Cats And Dogs Tienda De Mascotas
- Centro Veterinario Animales Felices 1
- Centro Veterinario Goyet
- Centro Veterinario Huellas Y Huellitas
- Cinco Dieciocho 5 18
- Clínica Veterinaria De Pasto
- Consultorio Veterinario Mascotas Y Amigos La Unión
- Consultorio Veterinario Narices Frías
- Dermayvet
- Distribuciones Tú Cancat
- Distribuidora Mascoticas
- Distripunto Caninos Y Felinos
- Dog Store
- El Imperio De Las Mascotas
- El Mundo Animal J.H.D
- Fidelinos
- Happy Pets Pasto
- Marcando Huella
- Mas consentidos
- Mascotas Planets
- Olfatos Pet Center
- Peluquería Canina Sandoná

- Pet Club Tienda Para Mascotas
- Punto Agrícola Valle De Atriz
- Punto Pet La Colina
- Rincón Enríquez Cristina
- Tienda Mi Mascota
- Unidad Veterinaria Clínica
- Vásquez Velásquez Christian David
- Vet Can
- Voldemort Tienda Para Mascotas

### **1.6.2 Muestra**

Según Otzen (2017):

La representatividad de una muestra permite extrapolar y por ende generalizar los resultados observados en ésta, a la población accesible (conjunto de sujetos que pertenecen a la población blanco, que están disponibles para la investigación); y a partir de ésta, a la población blanco. (p. 227)

#### **Clientes**

La muestra se determinará a través del uso de la siguiente fórmula propuesta por Murray Y Larry (2005):

$$n = \frac{Z^2 \times N \times p \times q}{e^2 \times (N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

Donde:

**n** = es el tamaño de la muestra poblacional a obtener.

**N** = es el tamaño de la población total.

**P**= prevalencia esperada del parámetro a evaluar, en caso de desconocerse ( $p = 0.5$ ), que hace mayor el tamaño muestral.

$$Q = 1 - p \text{ (si } p = 50 \% , q = 50 \% \text{)}$$

**Z** = es el valor obtenido mediante niveles de confianza. Su valor es una constante, por lo general se tienen dos valores dependiendo el grado de confianza que se desee siendo 99% el valor más alto (este valor equivale a 2.58) y 95% (1.96) el valor mínimo aceptado para considerar la investigación como confiable, para la investigación se tomará el 95% de confianza.

**e** = representa el límite aceptable de error muestral, generalmente va del 1% (0.01) al 9% (0.09), siendo 5% (0.05) el valor estándar usado en las investigaciones.

Reemplazo:

$$n = \frac{1.96^2 \times (0.5 \times 0.5) \times 67.133}{0.05^2 \times (67.133 - 1) + 1.96^2 \times (0.5 \times 0.5)}$$

$$n = \frac{64474,5332}{168,7904}$$

$$n = 381,9798590 \approx 382$$

Para el desarrollo de la muestra, se realizará a personas que habiten en la ciudad de Pasto, donde la proporción de los estratos a encuestar se hizo tomando el 68,17% de la población de Pasto, cómo se indicó en la tabla 3, distribuyéndose según su proporción para que represente el 100% de la siguiente manera:

**Tabla 4**

*Distribución de encuestas*

<b>Estrato</b>	<b>% de distribución</b>	<b>Número de encuestas</b>
2	55.55%	212
3	30.50%	116
4	10.37%	40
5	3.58%	14
Total	100%	382

Se aplica según proporción de la cantidad de habitantes que se encuentran en ese estrato en la ciudad de Pasto, en este no se afirma que ellos compran más ropa, debido a que ello se determina cuando se apliquen las respectivas encuestas, porque se pueden presentar diferentes casos, ya sea que los de estrato 2 a pesar de no tener ingresos altos, si opten por adquirir una prenda, caso contrario a los de estrato 5 que, pese a tener ingresos altos, prefieran no comprar prendas para sus caninos. Por ello se realiza este estudio de mercado para conocer el mercado objetivo.

Cabe recalcar que para el desarrollo de la encuesta no se tendrá en cuenta si las personas tienen mascotas o no, esto para no sesgar la investigación. Los estratos 1 y 6 no se tuvieron presente porque en el estrato 1 los ingresos que perciben muchas veces no suelen ser los suficientes, en este caso para comprar una prenda para sus perros, por ende, la probabilidad de que opten por adquirir este producto es muy baja.

Respecto al estrato 6 su cantidad, según las estadísticas no es representativa para la investigación, además su mercado es más complejo y ya tienen sus propias tiendas reconocidas internacionalmente siendo muy difícil competir con ellas, además hay poca facilidad para conseguir que este estrato responda los cuestionarios.

### **Proveedores y competencia**

La muestra tanto para proveedores y competencia se hará según muestreo no probabilístico por

conveniencia, según Otzen, et al. (2017), “Permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos. Esto, fundamentado en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador” (p. 230). Entonces, aquellos proveedores seleccionados que cumplen con los requerimientos necesarios para el desarrollo del objetivo del plan de negocio son los siguientes:

- Facol
- Moderno textiles
- Coser y coser
- Insucoser
- Arte Coser
- Casa textil
- Tendencias

Para la competencia teniendo en cuenta que en algunos establecimientos tienen otras actividades principales, ya sea la venta de concentrado, venta de camas y collares, mientras que en otros su prioridad es el cuidado y bienestar de la mascota, el cual son las veterinarias y peluquerías, donde su inventario de prendas de vestir es muy escaso.

De acuerdo con lo anterior se determina qué para la competencia se tomará aquellos establecimientos que dentro de su objeto social esté la elaboración y fabricación de ropa para perros, como también aquellos que comercialicen estas prendas de vestir, específicamente las pet shop, como lo son:

- Benji Pet Shop (Fabricante y comercializador)
- Banana Pet Shop
- Brunos Pet Center
- Cats And Dogs Tienda De Mascotas
- Cinco Dieciocho 5 18
- Distripunto Caninos Y Felinos
- Dog Store

- El Imperio de las Mascotas
- El Mundo Animal J.H.D.
- Fidelinos
- Happy Pets Pasto
- Marcando Huella
- Mascotas Planets
- Olfatos Pet Center
- Pet Club Tienda Para Mascotas
- Punto Pet la Colina
- Voldemort Tienda Para Mascotas

## **1.7 Técnicas e instrumentos de recolección**

Un buen instrumento determina en gran medida la calidad de la información, siendo esta la base para las etapas subsiguientes y para los resultados, por ello, para conocer la viabilidad del plan de negocio es importante determinar las técnicas e instrumentos de recolección de datos.

### **1.7.1 Técnicas**

La técnica de recolección de información para los clientes y proveedores se hará a través de encuestas, el cual consiste en obtener información de los sujetos en estudio, proporcionados por ellos mismos, sobre opiniones, conocimientos, actitudes o sugerencias.

Mientras que para la competencia se realizará a través de la técnica Mystery Shopper, esta técnica según Bauzá (2017):

También conocido como Mystery Guest, cliente simulado o compra misteriosa, tiene origen en los años 40 en Estados Unidos. Antiguamente esta técnica era utilizada por los jefes de las empresas con el fin de detectar a los empleados que robaban. Se fue desarrollando hasta que en los años 90 fue impulsado gracias a internet y hoy en día se ha convertido en una de las herramientas más conocidas y útiles para el proceso de mejora continua de una empresa. (p. 6)

### **1.7.2 Instrumentos**

Para la ejecución de las encuestas se realizará por medio de cuestionarios tipo cerrado, online con ayuda de formularios de office y físicos, tanto para clientes como para proveedores, el cual se compartirá a la muestra que se va a tomar en este plan de negocio y así recolectar la información pertinente, finalmente la competencia se la estudiará en primera instancia a través de sus catálogos físicos o virtuales, sus redes sociales y demás canales de distribución y comunicación, y para complementarse la información necesaria de manera personal. Lo anterior se hará utilizando un cuadro comparativo, donde se ordenen las preguntas y datos que sean relevantes como el precio de los productos que se asemejen a los de “Urcunina wau”, su calidad, servicio, servicio post venta, contacto, y ubicación.



## 2. Resultados

### 2.1 Estudio de mercado

El estudio de mercado busca identificar las necesidades de las personas, cuantificar bienes y servicios e identificar sistemas de comercialización. Este estudio cuenta con cuatro variables importantes como lo son el demandante, oferente, características del bien y servicio.

#### 2.1.1 Características del producto

Las características distintivas de este producto resaltan su diferenciación respecto a los competidores. En este segmento se determinará, beneficios, calidad, variedades.

##### A. Beneficios y calidad:

Urcunina wau en primer lugar parte desde la calidad de telas que se usarán, para otorgar a la mascota una correcta ventilación al cuerpo o en su defecto, una protección contra el tipo de clima que se encuentre expuesto el canino, también dependerá de la actividad para la que se destine la ropa del canino. A continuación, se presentan las telas que se van a usar junto con sus propiedades, el tipo de estampado y los insumos adicionales:

**Tela Lycra:** La tela Lycra es un tejido elaborado a partir de un material sintético que le permite ser elástico, este también es llamado spandex, es ideal para la elaboración de prendas deportivas gracias a que este material es flexible, cómodo, ligero, permite una mejor movilidad en el cuerpo de quien lo use. Sus principales componentes son el poliuretano segmentado 85% el cual permite que la tela tenga las siguientes propiedades:

- Puede estirarse un 600% su longitud inicial
- Puede alargarse una gran cantidad de veces y retornar a su forma inicial.
- Flexible, liso, fresco, cómodo
- No se decolora fácilmente, es resistente a los detergentes y permite una mejor sudoración

del cuerpo

**Tela antifuído:** Esta tela se compone 100% por poliéster, el cual se conforma por polímeros sintéticos elaborados a partir del plástico, uno del más conocido plástico PET, el cual es proveniente de fracciones pesadas del petróleo. Lo anterior proporciona al antifuído propiedades y ventajas como la resistencia a las altas temperaturas, transpirable, liviano e impermeable, de rápido secado, fácil de lavar, muchas veces no necesita planchado, no se encoje ni se estira y lo que es mejor, no se desgasta fácilmente, es una tela muy resistente.

**Algodón perchado Mónaco:** Es un textil ideal para el clima frío que además posee algodón en su revés, es un material hipoalergénico, grueso y resistente, este material no se destiñe con el sol y no se encoje, suele ser un poco elástico, es de excelente calidad y suele ser el material más utilizado para la confección de ropa para perros, se compone de 60% poliéster y 40% algodón; las fibras de algodón son de origen vegetal, obtenida a partir de plantas de algodón que es un biopolímero el cual origina moléculas de glucosa formando motas de tejido blancas, siendo un material biodegradable.

**Tela flannel o piel de durazno:** La tela flannel es un textil semi térmico por lo que es termodinámico, es suave al tacto, grueso y usualmente se lo usa para ropa abrigadora, incluso para cobijas ya que mantiene la temperatura corporal. Está compuesta en un 92% por lana merino la cual posee propiedades que son antibacterianas naturales, además puede mantener el calor incluso si la tela está húmeda, no produce picores en la piel y 7% nylon.

Los anteriores compuestos permiten a la tela flannel o también conocida como piel de durazno, tener las siguientes cualidades:

- Agradable al tacto
- Modulación térmica
- No se arruga ni necesita plancha
- Es de alta durabilidad








**Tela malla:** La tela malla es un textil elástico el cual es agujerada o perforada, con la intención de reducir la intensidad de las temperaturas, se compone de algodón puro lo cual permite la permeabilidad al aire permitiendo al cuerpo estar fresco, cómodo y no es rígida, fácil de lavar y de rápido secado, transpirable. Su uso es ideal para fabricar ropa para perros de clima cálido.














B. Variedad:




Existe gran variedad en los colores y en los estampados disponibles, en la siguiente tabla se podrán visualizar por cada modelo.

**Tabla 5**

*Variedad del producto*

Modelo	Estampados	Colores	Tallas
	Ninguno Ref. A1 		XS, S, M, L, XL, 2XL
<b>Chaleco sport clima frío</b>	1. Ninguno		XS, S, M, L, XL, 2XL, 3XL, 4XL
	2. Ref. P1 3. Ref. P2 		
<b>Chaleco sport clima cálido</b>	4. Ref. P3 5. Ref. P4 		

Modelo	Estampados	Colores	Tallas
	 5. Ref. P5 		
<b>Buzo tejido</b> 	Ref. T1 Ref. T2 Ref. T3 		XS, S, M, L, XL, 2XL, 3XL, 4XL
<b>Buzos equipos deportivos</b> 	Ref. E1 Ref. E2   Ref. E3 Ref. E4   Ref. E5 Ref. E6 	El color dependerá del equipo	XS, S, M, L, XL, 2XL, 3XL, 4XL
<b>Chaleco prensado</b> 	No tiene estampados		2XS, XS, S, M, L, XL, 2XL, 3XL, 4XL, 5XL

Modelo	Estampados	Colores	Tallas
<b>Chaleco con gorro</b> 	Ref. G1 Ref. G2 		XS, S, M, L, XL, 2XL, 3XL, 4XL

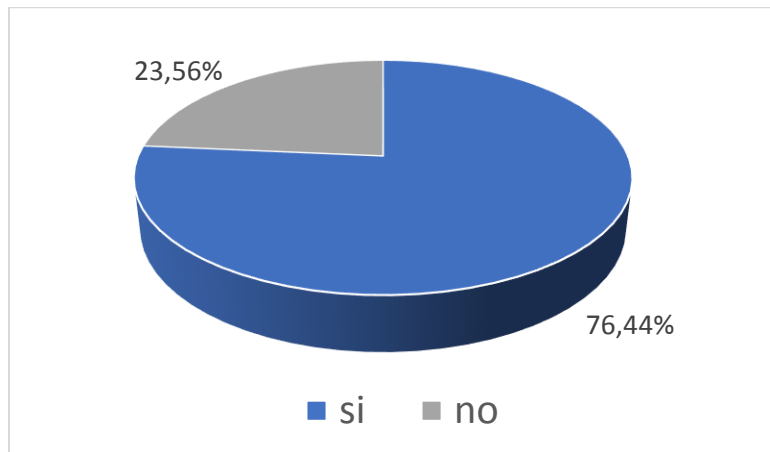
### 2.1.2 Análisis de la demanda

En el presente análisis se busca estimar y definir las características propias de la demanda, la cual está determinada por las cantidades que son susceptibles de ser adquiridas por parte de los consumidores, en un área geográfica concreta, en este caso, la ciudad de Pasto, en un determinado período de tiempo (Kotler y Keller, 2006).

Una vez aplicadas las encuestas se obtiene como resultado:

**Figura 11**

*Hogares interesados en adquirir ropa para perros*



Según la encuesta realizada, el 76,44% de los hogares manifestaron interés en adquirir ropa para perros, lo que representa la demanda del mercado entre el público. Por otro lado, el 23,56% de los

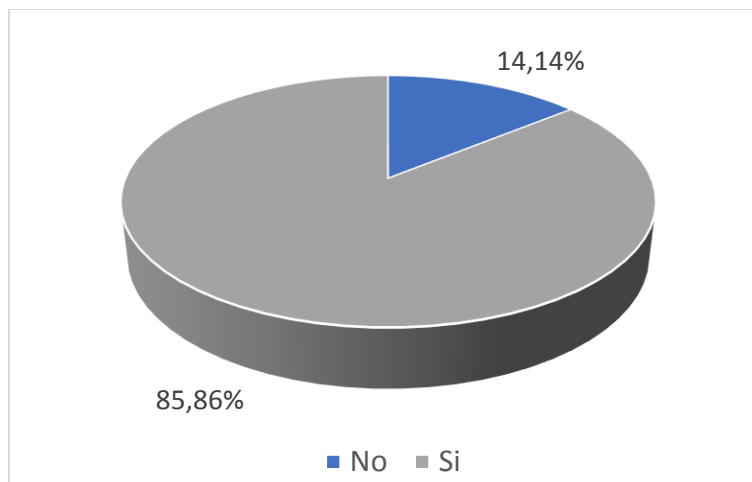
hogares encuestados no mostraron interés en este tipo de producto.

### 2.1.3 Identificación de características de la demanda

En relación con la demanda se determinaron las siguientes características recolectadas por la encuesta:

#### Figura 12

*Hogares que tienen perros como mascotas*



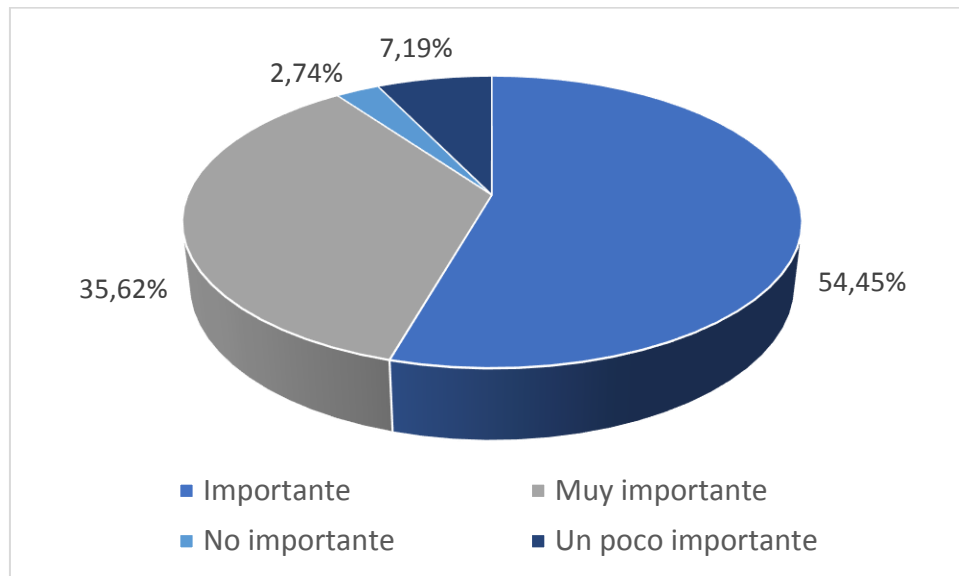
Se obtuvo que el 85,86%, es decir 57.643 de los hogares tienen perros como mascotas, el cual se infiere que la mayor parte de la población tiene caninos, dando esto un amplio mercado para introducir las prendas de vestir.

La demanda obtenida por medio de la aplicación de encuestas da a conocer la importancia de los factores que son determinantes al momento de comprar una prenda para los caninos, dónde, los cinco factores en su orden son: calidad de la tela, precio, diseño, originalidad y tallaje.

Se inicia presentando el primer factor, que es la calidad de la tela, donde se obtuvo los siguientes resultados por parte de los encuestados respecto al grado de importancia que dan a este elemento al momento de optar por la compra:

**Figura 13**

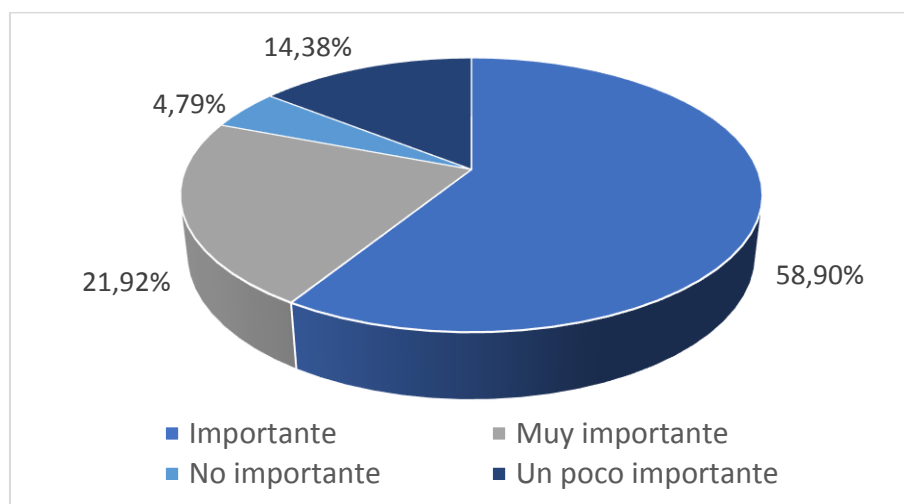
*Calidad de la tela*



El segundo factor, que es el precio, se obtuvo el siguiente resultado por parte de los encuestados respecto al grado de importancia que dan a este componente al momento de optar por la compra:

**Figura 14**

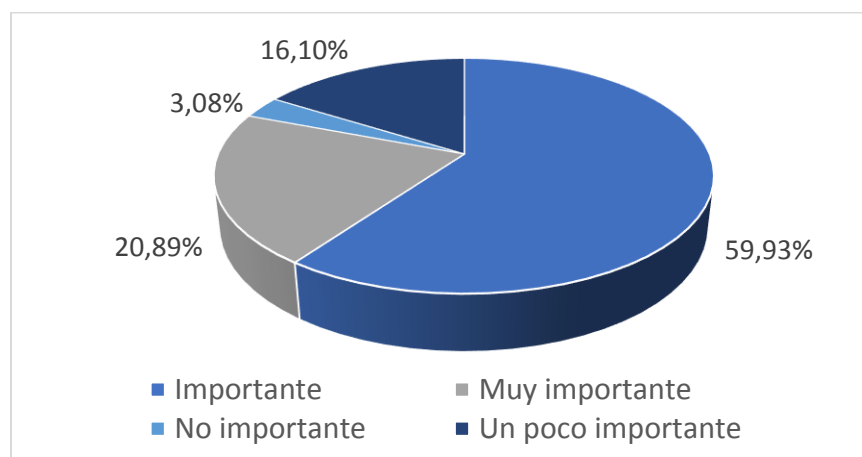
*Precio*



El tercer componente, que es el diseño, se obtuvo el siguiente resultado por parte de los encuestados respecto al grado de importancia que dan a este factor al momento de decidir si se realiza la compra:

**Figura 15**

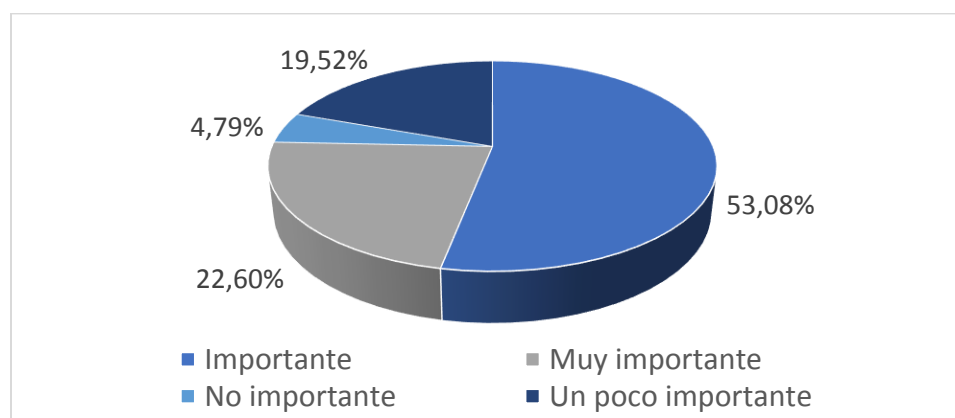
*Diseño*



El cuarto factor, que es la originalidad, se obtuvo las siguientes respuestas por parte de las personas encuestadas respecto al grado de importancia que dan a este elemento al momento de optar por la compra:

**Figura 16**

*Originalidad*

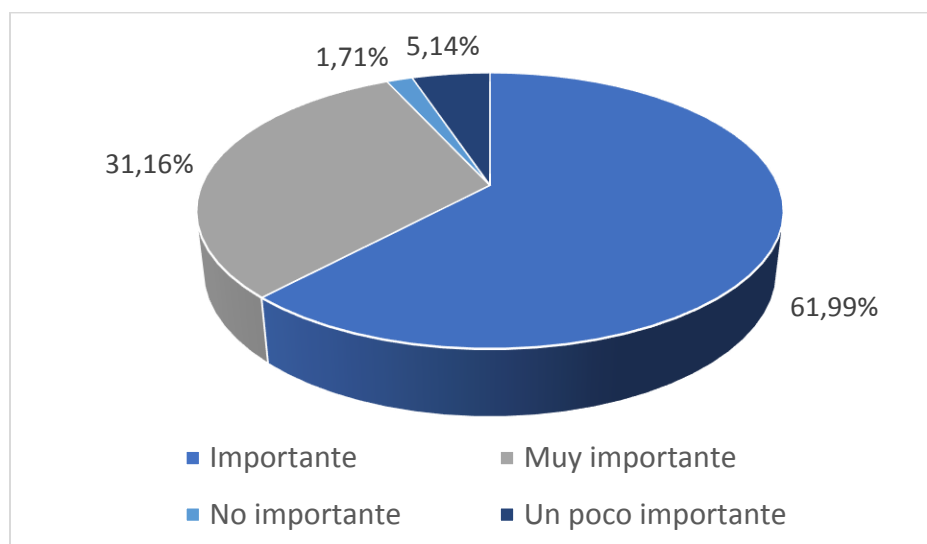




En el quinto factor, que corresponde al tallaje, se dieron los siguientes resultados por parte de los encuestados en lo referente al grado de importancia que tiene al momento de optar por la adquisición de la prenda de vestir para caninos:

**Figura 17**

*Tallaje*

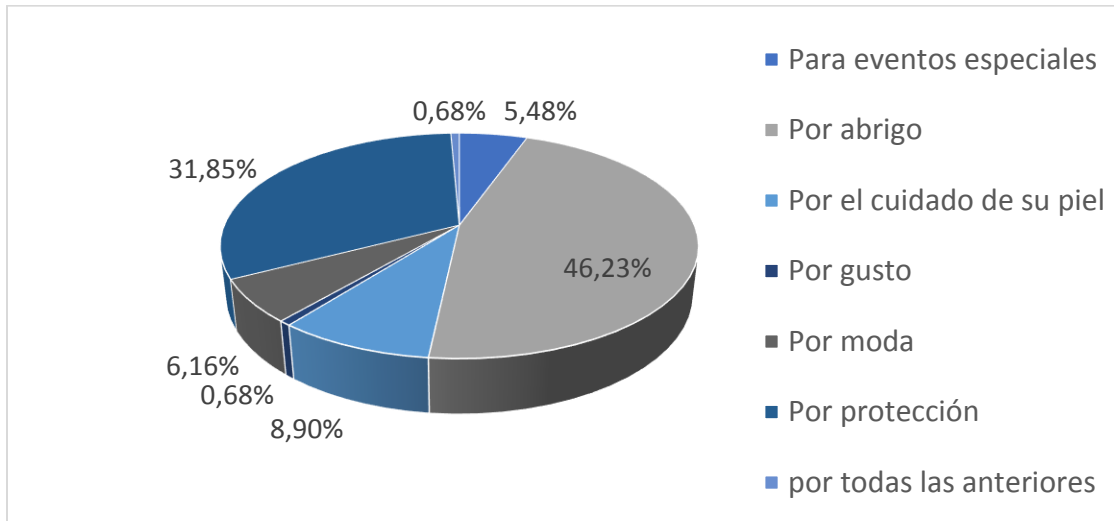


De los 5 factores evaluados por los encuestados, como se mencionó con anterioridad, que incluyen la calidad de tela, precios, diseño, originalidad y tallaje, se observó que todos recibieron un grado de importancia superior al 50% al momento de adquirir una prenda para caninos. Sin embargo, el factor más significativo al comprar una prenda para perros es el tallaje. En este sentido, el tallaje es considerado importante por el 61.99% de los hogares y muy importante por el 31.16%, lo que genera excelentes perspectivas en cuanto al servicio que se ofrecerá dentro de este plan de negocio.

Además, las razones por las que más compran prendas para los caninos son por abrigo y protección del perro, como se demuestra en la siguiente gráfica:

**Figura 18**

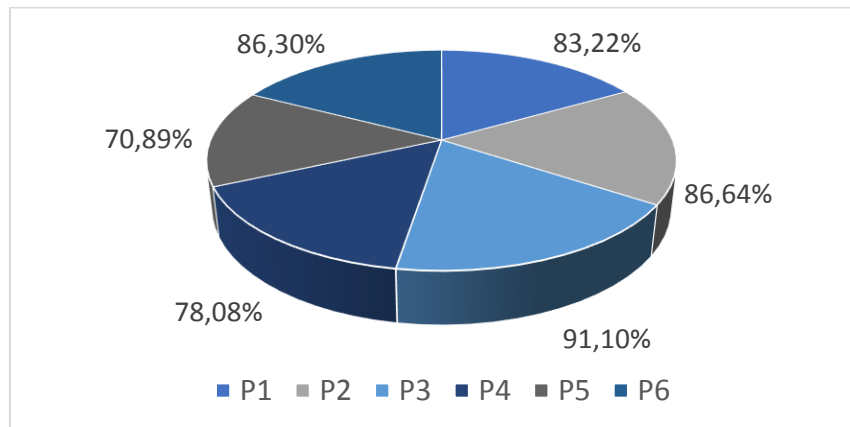
*Razón por la que compraría ropa para su perro*



También es importante destacar que la prenda que más acogida tuvo fue el buzo en algodón perchado con diseños de las comunidades indígenas Kamsá y Pasto, siendo el 91,10% de los hogares encuestados y dispuestos adquirir una prenda de vestir que gustaron de este diseño. Teniendo en cuenta que este es factor diferenciador del plan de negocio, es el valor agregado al momento de innovar con estos diseños culturales, fomentando la identidad cultural.

**Figura 19**

*Prendas*



Donde:

P1: Chaleco lycrado deportivo

P2: Chaleco sport

P3: Buzo en algodón perchado

P4: Sacos de equipos deportivos

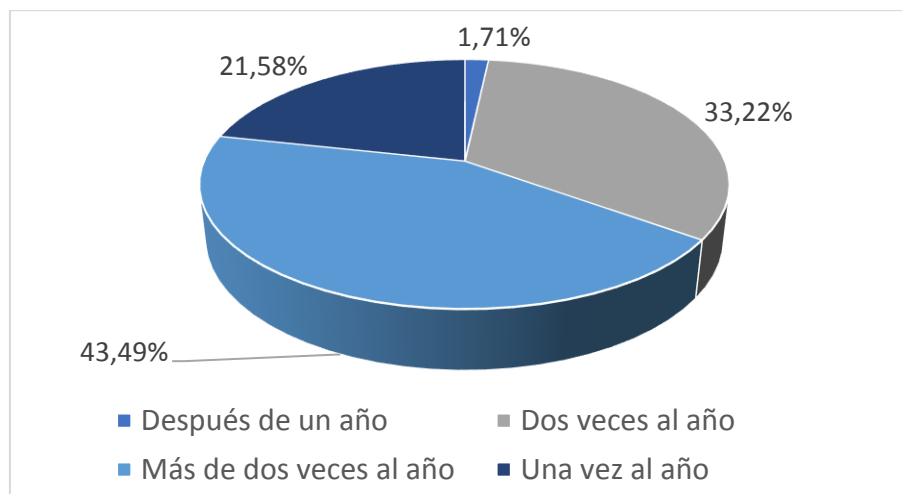
P5: Chaleco prensado

P6: Chaleco impermeable

La mayoría de los hogares adquieren prendas para sus caninos con una frecuencia de más de dos veces al año, representando un 43.49%. Esta estadística demuestra una ventaja significativa para el producto como se muestra en la siguiente gráfica:

**Figura 20**

*Frecuencia con la que compran prendas de vestir para perros*



Por último, es esencial resaltar el mercado potencial basado en los resultados de las encuestas, que indican que el estrato 2 representa un mercado destacado. De hecho, el 73.58% de los hogares pertenecientes a este estrato están dispuestos a comprar prendas para caninos, lo que equivale a un total de 27.433 hogares de 51.295 de los hogares interesados en el producto.

### 2.1.4 Cálculo y proyección de la demanda

Para el cálculo de la proyección de la demanda, se realizará una proyección a 5 años utilizando la tasa de crecimiento geométrico (TCG), el cual Torres-Degró, A. (2011) en su artículo publicado en la revista electrónica CIDE indica que:

Esta tasa supone un crecimiento porcentual constante en el tiempo, dicha tasa mantiene constante el porcentaje de crecimiento por unidad de tiempo y no el monto (cantidad) por unidad de tiempo, por tanto, se puede usar para periodos largos.

La fórmula para la tasa de crecimiento poblacional es:

$$TCG = \left( \frac{P^{t+n}}{P^t} \right)^{\frac{1}{a}} - 1$$

Donde:

$TCG$  : Tasa de crecimiento geométrico

$P^{t+n}$  : Población al momento actual

$P^t$  : Población al momento inicial o población base

$a$  : La amplitud o distancia en tiempo entre las dos poblaciones de referencia

En el proceso de sustituir los valores en la fórmula, se consideran los datos proporcionados tanto por el DANE como por TerriData de la población hasta el año 2023. De acuerdo con esta información, se estima que una vivienda promedio está compuesta por aproximadamente 3.99 personas. Este dato es esencial para calcular el número de hogares que se encuentran en Pasto en función de la población total, además, se toman en cuenta los hogares seleccionados para este plan de negocio, los cuales pertenecen a los estratos 2, 3, 4 y 5, abarcando un porcentaje del 68.17%.

La tabla siguiente ilustra el cálculo del número total de hogares

**Tabla 6***Proyección del número de hogares*

<b>Año</b>	<b>DANE (Personas)</b>	<b>Hogares</b>	<b>Población 68,17% (de los estratos 2 a 5)</b>
2018	392.930	98.479	67.133
2019	392.748	98.433	67.102
2020	392.589	98.393	67.075
2021	392.567	98.388	67.071
2022	393.009	98.498	67.146
2023	393.476	98.616	67.226

En la tabla 6, referente al año 2018 en cuanto al número de personas, la columna de “DANE Personas” se toma de la tabla 1, al igual que el número de hogares de la columna “Hogares”, en cuanto a la columna “Población” el punto de partida se puede comprender de mejor manera en la tabla 3.

Para los años siguientes comprendidos entre 2019 a 2023, con respecto a la población objeto de estudio -Columna DANE (Personas)- se toma información extraída de la base de datos de TerriData (es una plataforma del DANE utilizada como herramienta de visualización de datos territoriales en Colombia, ver anexo 5), correspondientes a la población del municipio de Pasto, respecto a los hogares y para los siguientes años 2019 a 2023 se sigue el mismo procedimiento que se aplicó para el año 2018.

Ahora para conocer el número de unidades a proyectar por cada modelo, se basó en el resultado de las encuestas, dónde indica la cantidad de hogares encuestados que les gustaría adquirir alguna de las prendas, como se indica en la siguiente tabla en la fila A:

**Tabla 7***Cálculo de unidades de demanda*

	<b>PDT. 1</b>	<b>PDT. 2</b>	<b>PDT.3</b>	<b>PDT. 4</b>	<b>PDT. 5</b>	<b>PDT. 6</b>
<b>A</b>	243	253	266	228	207	252
<b>B</b>	63,61%	66,23%	69,63%	59,69%	54,19%	65,97%
<b>C</b>	42.705	44.462	46.747	40.069	36.378	44.287

Con respecto a la fila B: Es el porcentaje de aquellos que están interesados en adquirir la prenda del total de los encuestados que fueron 382.

Fila C: Es el total de hogares interesados, el cual se calcula tomando la población del plan de negocio que son 67.133 hogares y multiplicándolo por el porcentaje de la fila B. dando a conocer la demanda por cada modelo.

Se procede a reemplazar la fórmula y calcular la proyección:

$$TCG = \left( \frac{67.226}{67.133} \right)^{\frac{1}{5}} - 1$$

$$TCG = (1,00138956)^{0,2} - 1$$

$$TCG = 1,000277758 - 1$$

$$TCG = 0,000277758$$

$$TCG = 2,78\%$$

Tabla 8

Proyección unidades de la demanda

PROYECCIÓN UNIDADES DE LA DEMANDA MODELO 1			
AÑO	UNIDADES	TCG %	DEMANDA
2023	42.705	2,78%	43.891
2024	43.891	2,78%	45.110
2025	45.110	2,78%	46.363
2026	46.363	2,78%	47.651
2027	47.651	2,78%	48.975

PROYECCIÓN UNIDADES DE LA DEMANDA MODELO 2			
AÑO	UNIDADES	TCG %	DEMANDA
2023	44.462	2,78%	45.697
2024	45.697	2,78%	46.967
2025	46.967	2,78%	48.271
2026	48.271	2,78%	49.612
2027	49.612	2,78%	50.990

PROYECCIÓN UNIDADES DE LA DEMANDA MODELO 3			
AÑO	UNIDADES	TCG %	DEMANDA
2023	46.747	2,78%	48.045
2024	48.045	2,78%	49.380
2025	49.380	2,78%	50.752
2026	50.752	2,78%	52.161
2027	52.161	2,78%	53.610

PROYECCIÓN UNIDADES DE LA DEMANDA MODELO 4			
AÑO	UNIDADES	TCG %	DEMANDA
2023	40.069	2,78%	41.182
2024	41.182	2,78%	42.326
2025	42.326	2,78%	43.501
2026	43.501	2,78%	44.710
2027	44.710	2,78%	45.951

PROYECCIÓN UNIDADES DE LA DEMANDA MODELO 5			
AÑO	UNIDADES	TCG %	DEMANDA
2023	36.378	2,78%	37.389
2024	37.389	2,78%	38.427
2025	38.427	2,78%	39.495
2026	39.495	2,78%	40.592
2027	40.592	2,78%	41.719

PROYECCIÓN UNIDADES DE LA DEMANDA MODELO 6			
AÑO	UNIDADES	TCG %	DEMANDA
2023	44.287	2,78%	45.517
2024	45.517	2,78%	46.781
2025	46.781	2,78%	48.080
2026	48.080	2,78%	49.416
2027	49.416	2,78%	50.788



Para proyectar el precio, se considera el promedio de la tasa de inflación (IPC) reportada por el DANE de los cinco años anteriores, abarcando el periodo de 2018 a 2022 lo cual arroja un resultado de 5,47%, esta información se encuentra en la tabla 65, debido a que se utilizará para una proyección futura, teniendo en cuenta que aún no existen datos exactos futuros se sigue una tendencia de comportamientos de la economía pasados.

Estas encuestas revelaron que, para todos los modelos, el valor máximo que la mayor parte de los consumidores estarían dispuestos a desembolsar es de \$30.000.

En la siguiente tabla se indica la proyección de precios en la demanda para todos los modelos:

**Tabla 9**

*Proyección precio de la demanda*

<b>Proyección precio de la demanda para todos los modelos</b>			
<b>Año</b>	<b>Precio</b>	<b>IPC%</b>	<b>Demanda</b>
2023	30.000	5,47%	31.641
2024	31.641	5,47%	33.372
2025	33.372	5,47%	35.197
2026	35.197	5,47%	37.122
2027	37.122	5,47%	39.153

### **2.1.5 Análisis de la oferta**

Al momento de las visitas se encontró específicamente que de los 17 establecimientos extraídos de la base de datos que compartió la Cámara de Comercio se identificó lo siguiente:

Establecimientos como “Benji Pet Style”, “El Imperio de las Mascotas”, “Brunos Pet Center”, “Mascotas Planets”, “Pet Club Tienda para Mascotas” y “Voldemort Tienda para Mascotas” ofrecen una gran variedad de prendas de vestir para mascotas, siendo esta la competencia significativa que se encuentra en la ciudad de Pasto.



Se observó que los demás establecimientos comerciales enfocan su actividad principal en la comercialización de medicamentos y en la prestación de servicios veterinarios y de peluquería para mascotas como "Olfatos Pet Center" y "Fidelinos," que se centran en servicios veterinarios y la comercialización de medicamentos y accesorios para mascotas, mientras que otros se dedican más al servicio de peluquería canina y alimentos y accesorios para caninos, el cual se infiere que no son una competencia significativa.

Además, es importante tener en cuenta que los establecimientos de comercio “cinco dieciocho (5-18)” y “El mundo animal J.H.D” no se encontraron con la información que proporcionó la base de datos de la Cámara de Comercio ni por medio de las redes sociales.

Tras analizar la competencia en el mercado, se ha llegado a la conclusión de que seis de ellos destacan como competidores significativos. A pesar de la diversidad de ofertas y la amplia variedad de prendas de vestir para caninos, se ha identificado a Benji Pet Style y el Imperio de las Mascotas como competidores directos en este nicho, esto radica en su condición de fabricantes y distribuidores de prendas de vestir para caninos.

### ***2.1.6 Identificación de características de la oferta***

Tras ir a cada establecimiento se identificó las siguientes características:

Los seis establecimientos considerados como competencia significativa por su gran variedad en prendas comentaron que permiten realizar pedidos con un promedio de hasta 6 docenas semanales

La presencia en redes sociales: Al momento de navegar por internet se descubrió que el 88% de los establecimientos cuentan con presencia en redes sociales. Sin embargo, algunos son más activos en sus redes sociales que otros, lo que puede influir en su visibilidad y atractivo para los clientes.

Catálogo virtual: “Benji Pet Style” se destaca por ofrecer un catálogo virtual con una amplia variedad de prendas de vestir para mascotas, lo que facilita la elección de productos por parte de los clientes.

Respecto a la personalización de tallaje solo “Benji Pet Style” cuenta con una tabla de tallas para las prendas de vestir, los demás solo asesoran en tallas, pero ninguno de los seis establecimientos ofrece la personalización del tallaje lo que puede ser un punto de diferenciación importante en el mercado, beneficiando el servicio que va a ofrecer Urcunina wau de personalización.

Variedad de telas: Los seis establecimientos ofrecen prendas con diferentes telas, como jean y cuero, lo que agrega diversidad a su oferta.

Precios variables: Los precios de las prendas de vestir varían según las tallas, siendo las prendas más grandes generalmente más costosas. Los precios oscilan entre \$28.000 y \$55.000 en todos los establecimientos.

Factor diferenciador: Cabe destacar que al momento de observar los modelos que se exhibían en los negocios, el buzo de algodón perchado “Urcunina” se destacó como un factor diferenciador, ya que ningún otro establecimiento ofrece un modelo similar.

### ***2.1.7 Cálculo y proyección de la oferta***

Antes de llevar a cabo el cálculo de la proyección, se realiza un análisis detallado de las unidades y los precios de productos similares que se encuentran en el mercado, tal como se refleja en la tabla que se presenta a continuación. Este paso es fundamental para establecer una base sólida en la toma de decisiones y para comprender el contexto competitivo en el que este plan de negocio se desarrollará.

**Tabla 10**

*Unidades y precio unitario por modelos*

<b>Modelos</b>	<b>Unidades</b>	<b>Precio</b>
1	14.000	\$ 32.000
2	7.800	\$ 50.000

Modelos	Unidades	Precio
3	0	\$ -
4	15.500	\$ 38.000
5	3.500	\$ 45.000
6	13.300	\$ 50.000
Total	54.100	\$ 215.000

Para el cálculo de la proyección de la oferta, se realizará una proyección a 5 años utilizando la tasa de crecimiento del sector económico, que, según datos del DANE, a nivel nacional se sitúa en un 13%. Cabe aclarar que en este proceso se han proyectado cuatro de los cinco modelos presentados en el plan de negocio, excluyendo el modelo tres, es decir, el buzo de algodón perchado con diseños de las iconografías de las comunidades indígenas Kamsá y los Pastos, el cual no se encuentra en competencia actualmente en el mercado. Sin embargo, se continuará monitoreando este segmento en busca de posibles oportunidades futuras en caso de que las circunstancias cambien


**Tabla 11**

*Proyección unidades de la oferta*

PROYECCIÓN UNIDADES DE LA OFERTA MODELO 1			
AÑO	UNIDADES	%	OFERTA
2023	14.000	13,00%	15.820
2024	15.820	13,00%	17.877
2025	17.877	13,00%	20.201
2026	20.201	13,00%	22.827
2027	22.827	13,00%	25.794

PROYECCIÓN UNIDADES DE LA OFERTA MODELO 2			
AÑO	UNIDADES	%	OFERTA
2023	7.800	13,00%	8.814
2024	8.814	13,00%	9.960
2025	9.960	13,00%	11.255
2026	11.255	13,00%	12.718
2027	12.718	13,00%	14.371



**PROYECCIÓN UNIDADES DE LA OFERTA MODELO 4**

AÑO	UNIDADES	%	OFERTA
2023	15.500	13,00%	17.515
2024	17.515	13,00%	19.792
2025	19.792	13,00%	22.365
2026	22.365	13,00%	25.272
2027	25.272	13,00%	28.558



**PROYECCIÓN UNIDADES DE LA OFERTA MODELO 5**

AÑO	UNIDADES	%	OFERTA
2023	3.500	13,00%	3.955
2024	3.955	13,00%	4.469
2025	4.469	13,00%	5.050
2026	5.050	13,00%	5.707
2027	5.707	13,00%	6.449



**PROYECCIÓN UNIDADES DE LA OFERTA MODELO 6**

AÑO	UNIDADES	%	OFERTA
2023	13.300	13,00%	15.029
2024	15.029	13,00%	16.983
2025	16.983	13,00%	19.191
2026	19.191	13,00%	21.685
2027	21.685	13,00%	24.504



Para proyectar el precio, se considera el promedio de la tasa de inflación (IPC) reportada por el DANE, que asciende a 5,47%. Además, se toma en cuenta el precio que se encontró al momento de visitar los establecimientos dedicados a la comercialización y fabricación de prendas de vestir para caninos.

**Tabla 12***Proyección precio de la oferta*

<b>Proyección precio de la oferta modelo 1</b>			
Año	Precio	Ipc%	Oferta
2023	32.000	5,47%	33.750
2024	33.750	5,47%	35.597
2025	35.597	5,47%	37.544
2026	37.544	5,47%	39.597
2027	39.597	5,47%	41.763
<b>Proyección precio de la oferta modelo 2</b>			
Año	Precio	Ipc%	Oferta
2023	50.000	5,47%	52.735
2024	52.735	5,47%	55.620
2025	55.620	5,47%	58.662
2026	58.662	5,47%	61.871
2027	61.871	5,47%	65.255
<b>Proyección precio de la oferta modelo 4</b>			
Año	Precio	Ipc%	Oferta
2023	38.000	5,47%	40.079
2024	40.079	5,47%	42.271
2025	42.271	5,47%	44.583
2026	44.583	5,47%	47.022
2027	47.022	5,47%	49.594
<b>Proyección precio de la oferta modelo 5</b>			
Año	Precio	Ipc%	Oferta
2023	45.000	5,47%	47.462
2024	47.462	5,47%	50.058
2025	50.058	5,47%	52.796
2026	52.796	5,47%	55.684
2027	55.684	5,47%	58.730

<b>Proyección precio de la oferta modelo 6</b>			
Año	Precio	Ipc%	Oferta
2023	50.000	5,47%	52.735
2024	52.735	5,47%	55.620
2025	55.620	5,47%	58.662
2026	58.662	5,47%	61.871
2027	61.871	5,47%	65.255

Una vez que se han recopilado los datos de oferta y demanda, se puede calcular la demanda insatisfecha, el cual se refleja en la siguiente tabla:

**Tabla 13**

*Calculo demanda insatisfecha*

	<b>M1</b>	<b>M2</b>	<b>M3</b>	<b>M4</b>	<b>M5</b>	<b>M6</b>
Demanda	42.705	44.462	46.747	40.069	36.378	44.287
Oferta	14.000	7.800	0	15.500	3.500	13.300
D.I	28.705	36.662	46.747	24.569	32.878	30.987

Esta cifra indica una oportunidad en el sector, la estrategia de la empresa se basa en elementos diferenciadores clave, como el diseño de las prendas basados en las iconografías de las comunidades indígenas de los Pastos y Kamsá, como también el servicio de tallaje personalizado.

Estos factores permiten a la empresa ampliar significativamente sus posibilidades de establecerse y destacar en el mercado, Urcunina wau está comprometida a satisfacer las necesidades no atendidas de los consumidores y a ofrecer un valor agregado que le permitirá competir con éxito en esta industria, por ello se va a tomar el 8% de la demanda insatisfecha, el cual serán las unidades para producir en el año.

**Tabla 14***Demanda insatisfecha que se va a cubrir*

	M1	M2	M3	M4	M5	M6
8%	2.296	2.933	3.740	1.966	2.630	2.479

**2.1.8 Sistema de fijación de precios**

Es importante resaltar que, en primera instancia para establecer el precio, se debe tener en cuenta los costos de producción, más sin embargo no es posible dejar de lado la percepción del cliente y la competencia (precio de mercado), hasta este punto ya se tiene determinado dentro del análisis de la demanda la percepción del cliente y en el análisis de la oferta el precio del mercado. Para conocer el costo, fue necesario llevar a cabo el costeo dentro del estudio financiero, ver tabla 60. Una vez completado este análisis y conocido el costo total de cada modelo, se regresa a este estudio de mercado para, finalmente, determinar el precio definitivo.

Para establecer precios efectivos y competitivos, es fundamental considerar tres factores esenciales: los clientes, la competencia y los costos de producción, como se indica en la siguiente tabla:

**Tabla 15***Fijación de precios*

	<b>Modelo 1</b>	<b>Modelo 2</b>	<b>Modelo 3</b>	<b>Modelo 4</b>	<b>Modelo 5</b>	<b>Modelo 6</b>
Demanda	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000
Oferta	\$ 32.000	\$ 50.000	No hay competencia	\$ 38.000	\$ 45.000	\$ 50.000
Costo total	\$ 15.489	\$ 13.061	\$ 18.829	\$ 15.937	\$ 13.698	\$ 18.805
M.U 35%	\$ 23.829	\$ 20.094	\$ 28.968	\$ 24.518	\$ 21.074	\$ 28.931

Con el propósito de establecer un precio competitivo y rentable, se busca un equilibrio entre costos, demanda y oferta que permita mantener un margen de utilidad adecuado.

La estrategia de fijación de precios se fundamenta en factores clave como el costo de producción y las tendencias del mercado, por ejemplo, no es adecuado exceder por mucho el valor que los clientes están dispuestos a pagar por cada producto, de igual manera también es clave el no superar los precios de la competencia. El objetivo en este caso en particular es alcanzar un margen de utilidad superior al 35% puesto que de esta manera se está cerca de los precios que están dispuestos a pagar los clientes y al mismo tiempo por debajo de los precios del mercado, cabe aclarar que se ha optado por unos precios por debajo de la competencia como una estrategia de introducción al mercado ya que se trata de una nueva empresa que entra a competir con las ya existentes.

Adicional a lo anterior hay que decir que el cálculo del precio utilizando la fórmula de venta determinada por los costos corresponde a la columna (precio de venta) de la tabla 16 que se presenta a continuación, en la cual también se indica el margen de utilidad correspondiente para el precio establecido por cada modelo de prenda de vestir para canino.

Para el cálculo del margen de utilidad se utilizó la fórmula:

$$\text{Margen de utilidad} = \frac{\text{Precio de venta} - \text{costo de producción}}{\text{Precio de venta}}$$

**Tabla 16**

*Calculo precio de venta*

<b>Modelo</b>	<b>Precio de venta</b>	<b>MU</b>
Modelo 1	\$ 24.000	35,46%
Modelo 2	\$ 26.000	49,76%
Modelo 3	\$ 30.000	37,24%
Modelo 4	\$ 26.000	38,70%
Modelo 5	\$ 25.000	45,21%
Modelo 6	\$ 30.000	37,32%

A su vez se proyecta el precio de venta con el promedio de la tasa de inflación (IPC) reportada por el DANE, que asciende a 5,47% así:



**Tabla 17***Proyección de precios de venta*

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Modelo 1	\$ 24.000	\$ 25.313	\$ 26.697	\$ 28.158	\$ 29.698
Modelo 2	\$ 26.000	\$ 27.422	\$ 28.922	\$ 30.504	\$ 32.173
Modelo 3	\$ 30.000	\$ 31.641	\$ 33.372	\$ 35.197	\$ 37.122
Modelo 4	\$ 26.000	\$ 27.422	\$ 28.922	\$ 30.504	\$ 32.173
Modelo 5	\$ 25.000	\$ 26.368	\$ 27.810	\$ 29.331	\$ 30.935
Modelo 6	\$ 30.000	\$ 31.641	\$ 33.372	\$ 35.197	\$ 37.122

**2.1.9 Sistemas de comercialización**

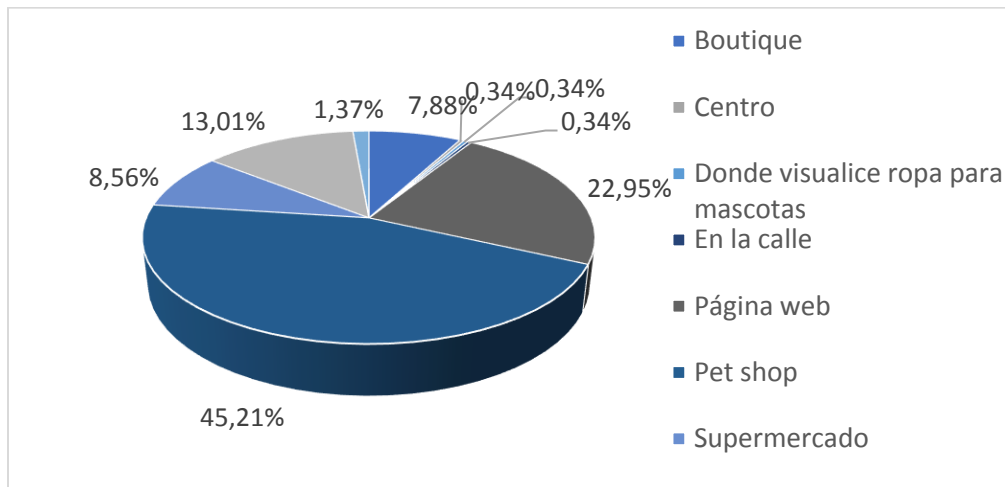
En los sistemas de comercialización se definen las estrategias de distribución en donde se especifica la forma en que el producto llegará al consumidor final. Para el presente plan de negocio se determina que el producto se venderá directamente al consumidor, a través de una playa o también conocidas como “quiosco”, son stand que se ven ubicadas en pasillos de centros comerciales, el cual presenta varios beneficios, puesto que el pago de arrendamiento en estas playas suele ser más económico que en un local comercial, no se pagan servicios públicos y tienen mayor visibilidad, es así como el canal de distribución es directo.



Además, cabe resaltar que las encuestas arrojaron que los hogares prefieren comprar en Pet Shop, representado un 45,21% de aquellos que, si están interesados en adquirir las prendas para sus caninos, como se refleja en la siguiente gráfica:

**Figura 21**

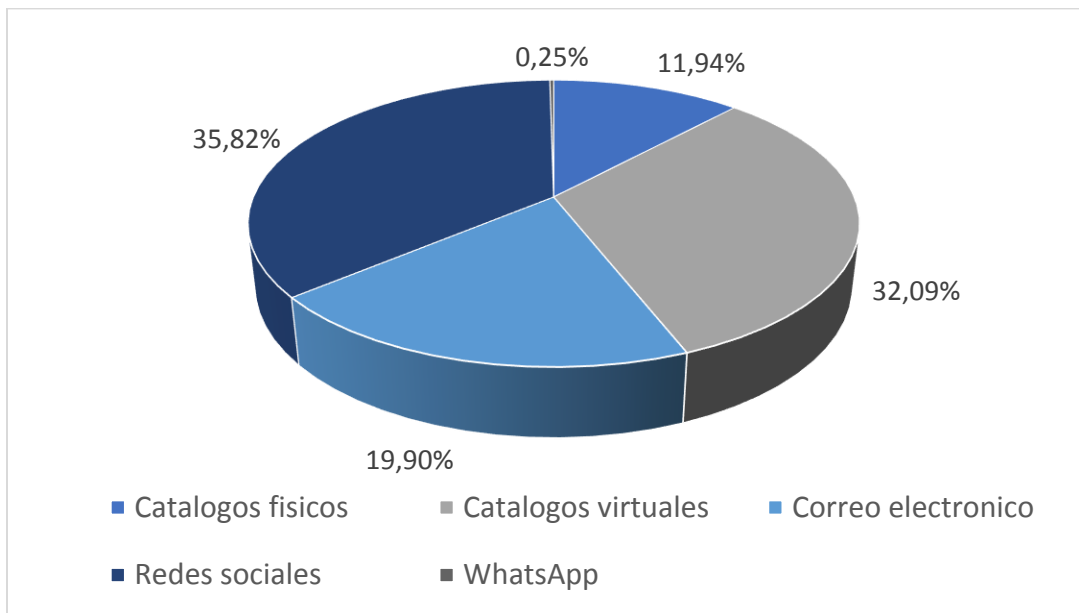
*Lugar en el que comprarían ropa para canino*



También según los resultados de las encuestas realizadas, los demandantes prefieren obtener y conocer el producto a través de los siguientes medios:

**Figura 22**

*Medios de comunicación*



Donde un 35,82% de personas prefieren obtener información del producto a través de redes sociales, descartando la implementación de catálogos físicos, y enfocándose en los canales virtuales y digitales.

En este orden de ideas se presentan las siguientes redes sociales

- Facebook
- Instagram
- Tiktok

### ***2.1.10 Estrategias de mercado***

El objetivo de una estrategia de mercado es comunicar, promocionar, visibilizar y en cierta medida popularizar el producto al mercado objetivo y destacar sus bondades, características, usos y valor agregado que el mismo ofrece para poder convencer al cliente de adquirir el producto.

Esta dentro de la estrategia de mercadeo la atención al cliente por parte de los vendedores, y para el logro de una buena atención al público es necesario capacitar al personal y que tengan conocimiento del producto que se vende y generar al vendedor incentivos para que pueda cumplir sus metas y respecto a otros canales de marketing y mercadeo para el presente plan de negocio, dónde primeramente se identificará:

#### **A. Marca:**

El diseño de marca se encaminó hacia los consumidores finales del producto, es decir, los dueños de los caninos, teniendo en cuenta la unificación de gustos del cliente, y exaltar la idea de que es un producto propio de la ciudad de Pasto, es así como en la recopilación de las anteriores ideas se propone el nombre para la empresa de “Urcunina wau”, dónde “urcunina” significa montaña de fuego, que hace referencia al Volcán Galeras, y “wau” hace referencia al sonido que emite un canino al ladrar.

A continuación, se presenta el logotipo del producto, un diseño gráfico diseñado para representar e identificar la empresa. En él, se puede apreciar la silueta de un canino, armoniosamente yuxtapuesto al imponente Volcán Galeras. La paleta de colores seleccionada evoca y celebra la profunda diversidad cultural de las comunidades indígenas de la región.

### **Figura 23**

#### *Logotipo*



#### B. Slogan:

El núcleo conceptual de este plan de negocio se materializa en el siguiente slogan: “Urcunina wau: creando looks únicos para patitas únicas”

#### C. Empaque:

En su compromiso con la sostenibilidad y la protección del medio ambiente, Urcunina Wau ha elegido elaborar sus propias bolsas ecológicas que serán utilizadas como empaque y presentación de sus productos, estas bolsas, confeccionadas con materiales resistentes como tela y lona, están disponibles en dos dimensiones prácticas: 25x15 cm y 20x10 cm. Además de ser estéticamente atractivas, han sido diseñadas para tener una vida útil prolongada, incentivando su reutilización. Esta decisión no solo refleja la responsabilidad ecológica de la marca, sino que también ofrece a los clientes una solución duradera y consciente para sus necesidades de transporte y almacenamiento.

## **Figura 24**

### *Bolsa de presentación*



#### D. Producto ampliado:

Dentro del producto ampliado se ofrecerán servicios en la preventa y postventa dentro del cual estará la mejor asesoría brindada a través de diferentes canales de atención al cliente de forma remota, o también la asesoría brindada dentro de la playa de ventas que se localizará en el centro comercial Galerías, el cual para el mejoramiento de la calidad del producto se ofrecerá un servicio de personalización respecto al tallaje de la prenda para el perro, y su entrega se la realizará dos días después del pedido.

#### E. Canales de distribución

Urcunina Wau ha optado por un canal de distribución directo, asumiendo la responsabilidad integral de garantizar que cada prenda llegue de manera efectiva a su consumidor final. Para lograr este propósito y consolidar una presencia tangible en el mercado, la marca establecerá una isla comercial en el centro comercial Galerías. Esta ubicación estratégica no solo proporcionará visibilidad y fácil acceso a los clientes, sino que también fortalecerá la imagen de Urcunina Wau, permitiéndole ofrecer una experiencia de compra inmersiva y personalizada que refleje la esencia y calidad de sus productos.

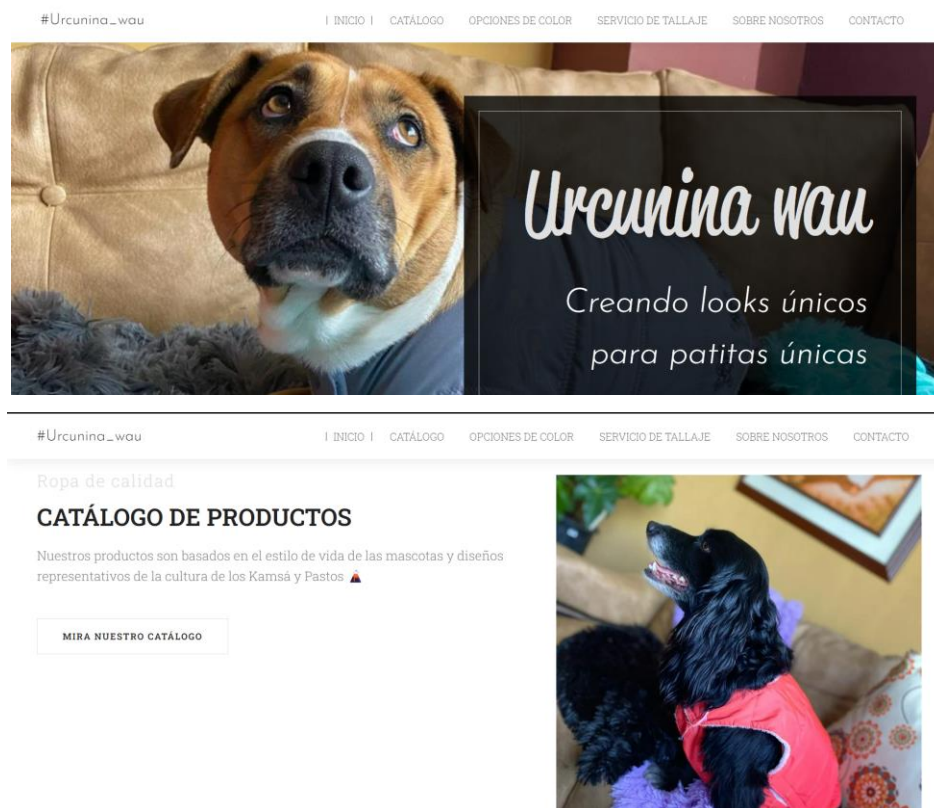
## F. Publicidad

Urcunina wau está decididamente orientada hacia el dinamismo y las tendencias actuales de consumo. Al identificar que las encuestas revelan una inclinación marcada por los medios digitales, la marca ha optado por fortalecer su presencia en las redes sociales y lanzar una página web. Estas plataformas no solo ofrecen a sus clientes el acceso a sus exclusivas colecciones desde cualquier rincón del mundo, sino que también proporcionan un espacio para una interacción directa y personalizada, permitiendo a la empresa entender mejor las preferencias y necesidades de su público.

Para establecer una conexión genuina con sus consumidores, se presenta parte de la página web con su respectivo código QR, el cual permite llevar a los clientes directamente a la página con tan solo escanearlo.

### Figura 25

#### Página web



**Figura 26**

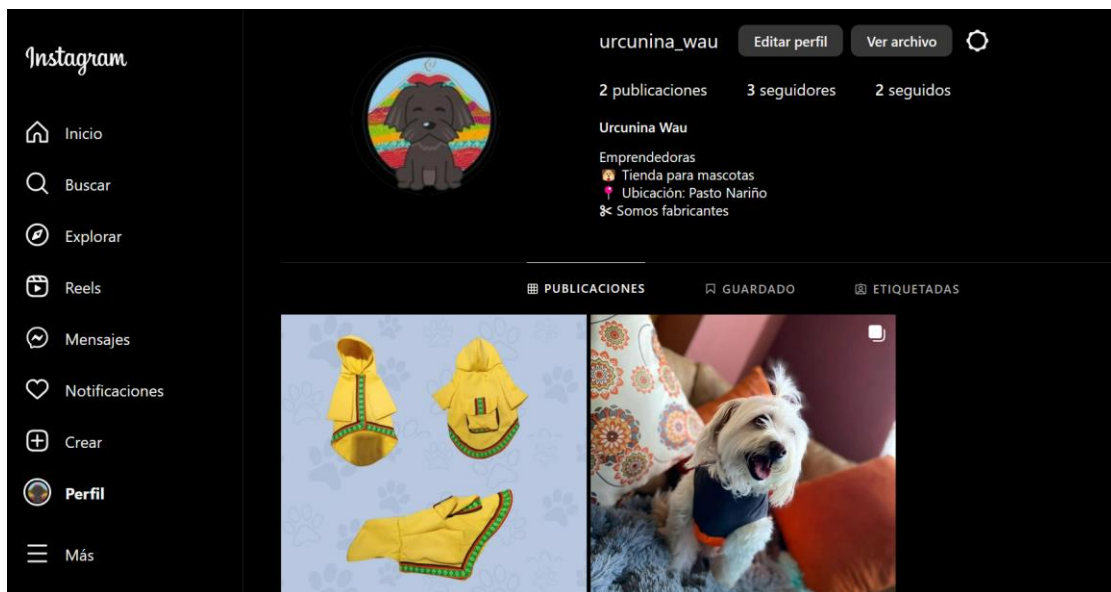
*Código QR página web*



También se presenta el perfil que se maneja en redes sociales en este caso de la plataforma de Instagram:

**Figura 27**

*Perfil de urcunina wau en Instagram*



### ***2.1.11 Presupuesto de la mezcla de mercado***

La planificación de gastos de marketing para este tipo de negocio incluye la asignación anual de

presupuesto en las estrategias relacionadas con el Producto (diseño, empaque, imagen), la Promoción, la Distribución (Plaza), y la Fijación de Precios.

**Tabla 18**

*Presupuesto de la mezcla de mercado*

<b>Año</b>	<b>Presupuesto del Marketing Mix</b>
2023	\$ 10.710.000,00
2024	\$ 11.262.613,00
2025	\$ 11.845.430,00
2026	\$ 12.460.106,00
2027	\$ 13.108.380,00

## **2.2 Plan de operaciones**

Con el presente plan de operaciones se pretende describir el proceso de confección de ropa para perros hasta los recursos necesarios para llevar a cabo sus procedimientos, en este estudio se incluyen instrucciones técnicas y elementos que son claves para lograr efectuar la actividad productiva de la entidad “Urcunina wau”

### **2.2.1 Ficha técnica de productos y/o servicios**

Las fichas técnicas se encuentran conformadas por las prendas de vestir para perros, es un bien final para uso inmediato, a continuación, se encuentran las fichas técnicas de cada producto.

Para la descripción de tipos de costura y de puntadas se utilizaron las normas ISO 416 Y 419.

La realización de las fichas técnicas se hizo a partir de la ponencia de la profesora del Sena-Regional Atlántico, Katerin María Meza.

A continuación, se presentan las fichas técnicas por cada uno de los modelos:

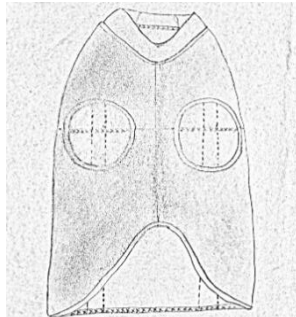


Figura 28

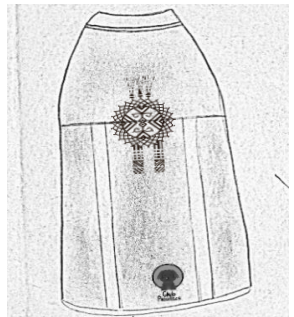
Ficha técnica chaleco lycrado

**FICHA TECNICA DE DISEÑO Y CONFECCIÓN**



**Segmento:** Perros      **Tela composición:** Lycra 80% polyester, 20% lycra  
**Referencia:** CH001      **Descripción:** Chaleco lycrado, cuello largo deportivo



Dibujo plano - vista frontal



Dibujo plano - vista trasera

Acabados	
Bordado 1	Etiqueta
Fotografía	Fotografía
	

Componentes		Puntos a tener en cuenta
Tipo de artículos	Ubicación	
Tela Lycra	Parte superior, inferior y cuello	
Cinta	Vertical sobre la espalda	
		La tela es muy liviana y elastica, cambiar la tensión de la maquina

Piezas			
N.	Nombre	Cantidad	Material
M1	Superior	1 y doblada	Lycra
M2	Inferior	1 y doblada	Lycra
M3	Cuello	1 y doblada	Lycra

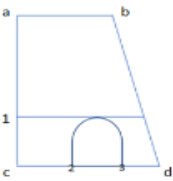
Doblados		
Tipo	Medida	Observación
Al corte	1 cm	Crudo y filetear

Especificaciones de confección				
Hilos e hilazas				
Composición	Descripción	Calibre	Color	PPP
Hilo poliester	Costuras internas, sobrehilo	120	A tono	12PPP
Hilazas	Fileteado de hilos	120	A tono	18PPP

Secuencia de procedimientos	
N.	Detalle
1	Diseño
2	Patronaje
3	Trazo
4	Corte
5	Estampado
6	Confección
7	Acabado
8	Planchado
9	Empaquetado

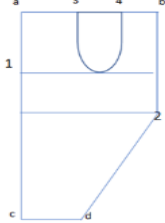
**DESGLOCE DE PROCEDIMIENTOS**

1. Parte Superior



a.b = Alto de la pieza  
c.d = Ancho inferior  
c.1 = Alto de la manga  
c.2 = Ancho de la espalda  
2.3 = Ancho de la manga  
d.3 = Ancho de pecho

2. Parte inferior



a.b = Ancho superior  
a.1 = Alto de la manga  
c.d = Ancho inferior  
b.2 = Largo del pecho  
a.3 = Ancho de la espalda  
b.4 = Ancho del pecho

3. Cuello



a.b = Alto  
a.c = Ancho inferior  
b.d = Ancho superior

OPERACIÓN DE PREPARACIÓN						
N.	Operación	Maquina	Puntada	Esquema	Tiempo	Observación
1	Preparación de telas	Ninguna	N/A	N/A	3 minutos	N/A
2	Corte de partes	Cortadora	N/A	N/A	3 minutos	Salen varias piezas
3	Estampado de piezas	Maquina bordadora	N/A	N/A	1 día (24 horas)	
4	Preparación de insumos	No aplica	N/A	N/A	3 minutos	

OPERACIÓN DE TERMINACIÓN					
N.	Operación	Maquina	Puntada	Esquema	Tiempo
1	Union pieza 1 con pieza 2	Plana industrial	Doble despunte		1 minuto
2	Fileteado de la U 1Y2	Fileteadora	Puntada de recubridora		1 minuto
3	Unión de los centros	Plana industrial	Doble despunte		1 minuto
4	Fileteado de las mangas	Fileteadora	Puntada de recubridora		1 minuto
5	Fileteado de filis	Fileteadora	Puntada de recubridora		1 minuto
6	Doblado de mangas y filis	Plana industrial	Doble despunte		2 minutos
7	Colocación de cuello	Fileteadora	Puntada de recubridora		3 minutos
<b>Tiempo total</b>					<b>10 minutos</b>

Operación de terminación					
N.	Operación	Maquina	Puntada	Esquema	Tiempo
1	Pulir hilos	Pulidor de mano	N/A	N/A	2 minutos
2	Planchado	Plancha a vapor	N/A	N/A	2 minutos
3	Control de calidad	No aplica	N/A	N/A	2 minutos
<b>Tiempo total</b>					<b>6 minutos</b>

**Tiempo total de operaciones 24 horas, 26 minutos**

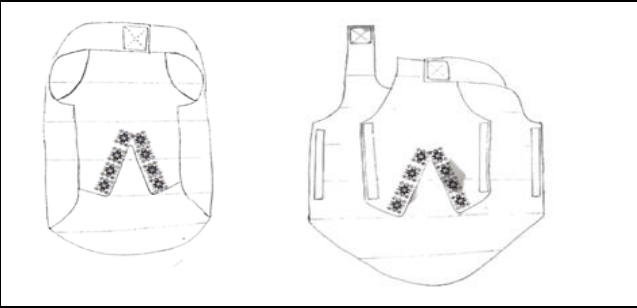












Parte superior	
a.b	19 cm
c.d	24 cm
c.1	6 cm
c.2	11 cm
2.3	8 cm
d.3	5 cm

Parte inferior	
a.b	24 cm
a.1	8 cm
c.d	13 cm
b.2	23 cm
a.c	28 cm
b.4	5 cm

Cuello	
a.b	6 cm
a.c	27 cm
b.d	30 cm

**Figura 29**

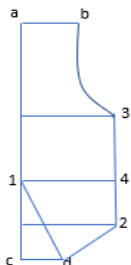
*Ficha técnica chaleco sport*

<b>FICHA TÉCNICA DE DISEÑO Y CONFECCIÓN</b>					
<b>Segmento</b>	Perros	<b>Tela composición:</b>	80% polyester, 20% lycra		
<b>Referencia</b>	Ch002	<b>Descripción:</b>	Chaleco sport		
					
<b>Componentes</b>					
<b>Tipos de artículos</b>		<b>Ubicación</b>			
Tela antiluido nike		Parte delantera y trasera			
Piel de durazno		Parte delantera y trasera			
Velcro		Lados externos de parte trasera y delantera			
<b>Piezas</b>					
<b>N.</b>	<b>Nombre</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Material</b>		
M1	Delantero	2 y doblada	Antiluido y piel de durazno		
M2	Trasero	2 y doblada	Antiluido y piel de durazno		
<b>Especificaciones de confección</b>					
<b>Hilos e hilazas</b>					
<b>Composición</b>	<b>Descripción</b>	<b>Calibre</b>	<b>Color</b>	<b>PPP</b>	
Hilo poliester 100%	Costuras internas, sobre hilo	120	A tono	12 PPP	
Hilaza 50% Poliéster, 50% Algodón	Fileteando de filis	120	A tono y blanca	18 PPP	
<b>Acabados</b>					
<b>Etiqueta</b>	<b>Bordado 1</b>	<b>Bordado 2</b>	<b>Bordado 3</b>		
<b>Fotografía</b>	<b>Fotografía</b>	<b>Fotografía</b>	<b>Fotografía</b>		
					
<b>Bordado 4</b>	<b>Bordado 5</b>				
<b>Fotografía</b>	<b>Fotografía</b>				
					
<b>Muestra de material e insumos</b>					
<b>Fotografía</b>	<b>Material o insumo</b>				
	Tela antiluido nike				
	Piel de durazno				
	Hilo				
	Hilaza				
	Velcro adhesivo				
	Malla				
<b>Secuencia de procesos</b>					
<b>N.</b>	<b>Detalle</b>				
1	Diseño				
2	Patronaje				
3	Trazo				
4	Corte				
5	Estampado				
6	Confección				
7	Acabado				
8	Planchado				
9	Empaquetado				
<b>Doblados</b>					
<b>Tipo</b>	<b>Medida</b>	<b>Observación</b>			
Al corte	1 cm	Crudo y fileteado			

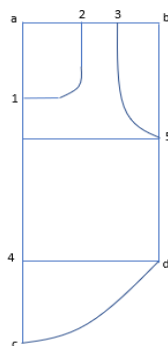
Desglose de procedimiento

Piezas que conforman el patrón

1. Parto superior



a.b = Ancho de parte superior  
 c.d = Ancho inferior  
 c.d = Ancho inferior del centro a la punta inferior  
 d.2 = Largo punta inferior al externo  
 2.3 = Largo exterior a manga inferior  
 1.4 = Ancho central de la pieza



a.b = Ancho del centro de la pieza  
 a.2 = Ancho del centro hasta tira del cuello  
 1.c = Largo de la pieza  
 d.5 = Largo de la manga hasta punta externa inferior  
 3.5 = Largo desde manga inferior y final de tira  
 2.3 = ancho de tira de manga

OPERACIÓN DE PREPARACIÓN						
N.	Operación	Maquina	Puntada	Esquema	Tiempo	Observación
1	Preparación de telas	Ninguna	N/S	N/A	3 minutos	N/A
2	Corte de partes	Cortadora	N/A	N/A	3 minutos	De un corte pueden salir varias piezas
3	Estampado de piezas	Bordadora	N/A	N/A	1 día	El tiempo demora según estampado
4	Preparación de insumos	N/A	N/A	N/A	3 minutos	N/A
<b>Tiempo total</b>					<b>1 día, 9 minutos</b>	

OPERACIÓN DE ENSAMBLE						
N.	Operación	Maquina	Puntada	Esquema	Tiempo	Observación
1	Unión de telas de parte trasera y delantera	Maquina plana	Doble despunte		5 minutos	La unión de tela para clima frío es entre piel de durazno y antifluido
2	Fijación de telas	Maquina plana	Doble despunte		2 minutos	Para calido entre antifluido y tela malla, cada fijación tiene distancia de 10 cm
3	Puntada para filos	Maquina plana	Doble despunte		2 minutos	La puntada de filos varia desde 0,5 cm a 1 cm
4	Unión tira de cuello con cuello parte delantera	Maquina plana	Doble despunte		1 minuto	
5	Colocación de velcro	Maquina plana	Doble despunte		1 minuto	
<b>Tiempo total</b>					<b>11 minutos</b>	

OPERACIÓN DE TERMINACIÓN						
N.	Operación	Maquina	Puntada	Esquema	Tiempo	Observación
1	Pulir hilos	Pulidor de mano	N/A	N/A	2 minutos	
2	Planchado	Plancha a vapor	N/A	N/A	2 minutos	
3	Control de calidad	No aplica	N/A	N/A	2 minutos	
<b>Tiempo total</b>					<b>6 minutos</b>	

**Tiempo total de operaciones 1 día, 29 minutos**

Parte superior
a.b 4 cm
a.1 6 cm
1.d 8 cm
d.2 4 cm
2.3 6 cm

Parte inferior
1.c 16 cm
4.d 8 cm
c.d 9 cm
d.5 6 cm
5.3 6 cm
3.2 5 cm

velcro
15 cm

Tira para cuello
10 cm x 6cm

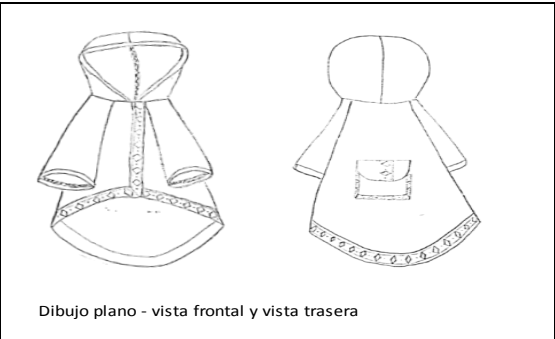
Figura 30

Ficha técnica buzo algodón perchado






**FICHA TÉCNICA DE DISEÑO Y CONFECCIÓN**

**Segmento:** Perros  
**Referencia:** Ch003

**Tela composición:** Algodón 80%, polyester 20%  
**Descripción:** Chaleco kamsa con algodón perchado










Dibujo plano - vista frontal y vista trasera

Muestra de material e insumos	
Fotografías	Material e insumos
	Tela piel de durazno
	Tejido
	Hilo
	Hilaza
	Broches

Componentes	
Tipos de artículos	Ubicación
Tela algodón perchado	Parte delantera y trasera
Rit con bordado	Filos de buzo

Especificaciones de confección				
Hilos e hilazas				
Composición	Descripción	Calibre	Color	PPP
Hilo poliester 100%	Costuras internas	120	A tono	12 PPP
Hilaza 50%	Fileteado de filis	120	A tono	18 PPP

Piezas			
N.	Nombre	Cantidad	Material
1	Delantero	2 y doblada	Antifluido y piel de durazno
2	Trasero	2 y doblada	Antifluido y piel de durazno

Acabados						
Etiqueta	Bordado 1	Bordado 2	Bordado 3	Bordado 4	Bordado 5	Bordado 6
Fotografía	Fotografía	Fotografía	Fotografía	Fotografía	Fotografía	Fotografía
						

Secuencia de procesos	
N.	Detalle
1	Diseño
2	Patronaje
3	Trazo
4	Corte
5	Estampado
6	Confección
7	Acabado
8	Planchado
9	Empaquetado

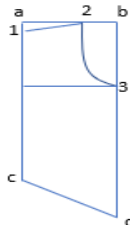
**Puntos críticos a tener en cuenta**

Hay que cuidar el bordado para que no se deshile, La maquina se la debe destensionar porque el tejido suele ser un poco grueso

Dobladilla		
Tipo	Medida	Observación
Al corte	1 cm	Crudo y fileteado

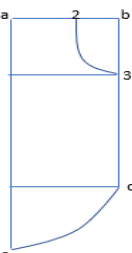
**DESGLOCE DE PROCEDIMIENTOS**

1. Parte delantera



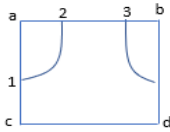
a.b = Alto de la pieza  
c.d = Ancho inferior  
c.1 = Alto de la manga  
c.2 = Ancho de la espalda  
2.3 = Ancho de la manga  
d.3 = Ancho de pecho

2. Parte trasera



a.b = Ancho superior  
a.1 = Alto de la manga  
c.d = Ancho inferior  
b.2 = Largo del pecho  
a.3 = Ancho de la espalda  
b.4 = Ancho del pecho

3. Manga



2.3= ancho de la manga  
 c.d = Ancho de filo de manga  
 c.1 = Alto de manga  
 2.1 = Curva de la manga

4. Bolsillo parte delantera



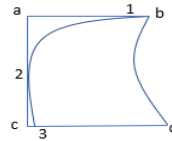
5. Tapa del bolsillo



6. Falso del bolsillo



7 Gorro



OPERACIÓN DE PREPARACIÓN						
N.	Operación	Maquina	Puntada	Esquema	Tiempo	Observación
1	Preparación de telas	Ninguna	N/A	N/A	3 minutos	Ninguna
2	Corte de partes	Cortadora	N/A	N/A	3 minutos	De un corte pueden salir varias piezas
3	Preparación de insumos	No aplica	N/A	N/A	3 minutos	
<b>Tiempo total</b>					<b>9 minutos</b>	

Operación de ensamble					
N.	Operación	Maquina	Puntada	Esquema	Tiempo
1	Unión pieza 3 con pieza 1	Maquina plana	Doble despunte		1 minuto
2	Unión pieza 3 con pieza 2	Fileteadora	Puntada recubridora		1 minuto
3	Unión pieza 1 con pieza 2	Fileteadora	Puntada recubridora		1 minuto
4	Union buzo con gorro	Fileteadora	Puntada recubridora		2 minutos
5	Dobladillo al gorro	Maquina plana	Doble despunte		1 minuto
6	Colocación de bolsillo	Maquina plana	Doble despunte		3 minutos
7	Colocación de tapa de bolsillo	Maquina plana	Doble despunte		1 minuto
8	Colocación de bordado en los fillos	Maquina plana	Doble despunte		4 minutos
9	Colocar broches	Troqueladora	No aplica	No aplica	2 minutos
<b>Tiempo total</b>					<b>16 minutos</b>

OPERACIÓN DE TERMINACIÓN						
N.	Operación	Maquina	Puntada	Esquema	Tiempo	Observación
1	Pulir hilos	Pulidor de mano	No aplica	No aplica	2 minutos	
2	Planchado	Plancha a vapor	No aplica	No aplica	2 minutos	
3	Control de calidad	No aplica	No aplica	No aplica	2 minutos	
<b>Tiempo total</b>					<b>6 minutos</b>	

**Tiempo total de operaciones 26 minutos**

Parte delantera
c.1 16 cm
c.d 8 cm
d.3 16 cm
2.3 7 cm
1.2 6 cm

Parte trasera
a.c 8 cm
c.d 7 cm
d.3 16 cm
2.3 7 cm
a.2 6 cm

Manga
c.1 5 cm
c.d 9 cm
2.3 6 cm
a.2 2 cm

Bolsillo parte delantera
8 x 6 cm
Tapa de bolsillo
6 x 4 cm

Gorro
a.c 8 cm
2.c 4 cm
3.d
d.b
1.2

Falso de bolsillo
16 x 3 cm

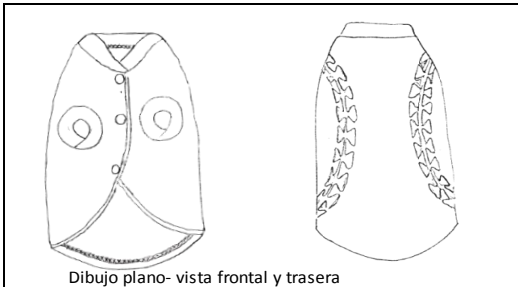
**Figura 31**

*Ficha técnica chaleco prensado*

**FICHA TECNICA DE DISEÑO Y CONFECCIÓN**


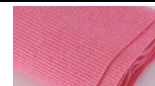




**Segmento:** Perros  
**Referencia:** CH004

**Tela composición:** Algodon 80%, polyester 20%  
**Descripción:** Chaleco con presnes



Dibujos planos- vista frontal y trasera



**Muestra de material e insumos**

Fotografías	Material o insumo
	Tela algodón perchado
	Rit
	Hilo
	Hilaza
	Broches
	Malla

Componentes	
Tipos de artículos	Ubicación
Tela algodón perchado	Parte delantera y trasera
Tela Rit	Filos de mangas y cuellos
Broches	Para union delantera

Piezas			
#	Nombre	Cantidad	Material
M1	Pieza completa	1 y doblada	Algodón perchado
M2	Cuello	1 y doblada	Rit
M3	Manga	1 y doblada	Rit

Especificaciones de confección				
Hilos e hilazas				
Composición	Descripción	Calibre	Color	PPP
Hilo poliester 100%	Costura interna	120	A tono	12 PPP
Hilaza 50% Poliéster,	Fileteado de filis	120	A tono y	18 PPP

Acabados	
Etiqueta	Bordado 2
Fotografía	Fotografía
	

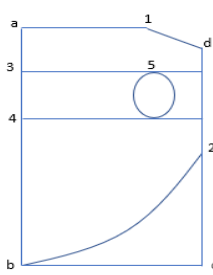
Doblamiento		
Tipo	Medida	Observación
Al corte	1 cm	Crudo y fileteado

Aspectos criticos a tener en cuenta
Los presnes se dueblan cada 3 cm x 5 cm en forma de flor

Secuencia de procesos	
N.	Detalle
1	Diseño
2	Patronaje
3	Trazo
4	Corte
5	Estampado
6	Confección
7	Acabado
8	Planchado
9	Empaquetado


**Desgloce de procedimientos**

1. Parte trasera y delantera




a, b = Alto de la pieza  
c, d = Ancho inferior  
c, 1 = Alto de la manga  
c, 2 = Ancho de la espalda  
2, 3 = Ancho de la manga  
d, 3 = Ancho de pecho

2. Tira para cuello



a, b = alto de cuello  
a, c = Ancho superior  
b, d = Ancho inferior  
d, 1 = Ancho de diferencia entre parte superior e inferior

3. Tira para manga



a, b = Alto de filo manga  
a, c = Ancho superior  
b, d = Ancho inferior

4. Tira para prensas



OPERACIÓN DE PREPARACIÓN						
N.	Operación	Maquina	Puntada	Esquema	Tiempo	Observación
1	Preparación de tela	Ninguna	N/A	N/A	3 minutos	N/A
2	Corte de partes	Cortadora	N/A	N/A	3 minutos	
3	Estampado de piezas	Bordadora	N/A	N/A	1 día	
4	Preparación de insumos	N/A	N/A	N/A	N/A	

N.	Operación	Maquina	Puntada	Ensamble	Tiempo	Observación
1	Union pieza 1 con pieza 2	Plana industrial	Doble despunte		1 minuto	Con esto se forma la costura U 1 y 2
2	Fileteado de la U 1Y2	Fileteadora	Puntada de recubridora		1 minuto	
3	Unión de los centros	Plana industrial	Doble despunte		1 minuto	Se forma el buzo
4	Fileteado de las mangas	Fileteadora	Puntada de recubridora		1 minuto	
5	Fileteado de fillos	Fileteadora	Puntada de recubridora		1 minuto	
6	Dobladiillo de mangas y fillos	Plana industrial	Doble despunte		2 minutos	
7	Colocación de cuello	Fileteadora	Puntada de recubridora		3 minutos	
<b>Tiempo total</b>					<b>10 minutos</b>	

Operación de terminación					
N.	Operación	Maquina	Puntada	Esquema	Tiempo
1	Pulir hilos	Pulidor de mano	No aplica	No aplica	2 minutos
2	Planchado	Plancha a vapor	No aplica	No aplica	2 minutos
3	Control de calidad	No aplica	No aplica	No aplica	2 minutos
<b>Tiempo total</b>					<b>6 minutos</b>

Tabla de medidas

Parte superior	
a.b	19 cm
a.3	24 cm
b.c	6 cm
b.2	11 cm
d.2	8 cm
d.1	5 cm

Tira para cuello	
a.b	5cm
a.d	9 cm
b.d	12 cm
d.1	3 cm

Tira para manga	
4 x 6 cm	

Tira para detallado	
4 x 16 cm	



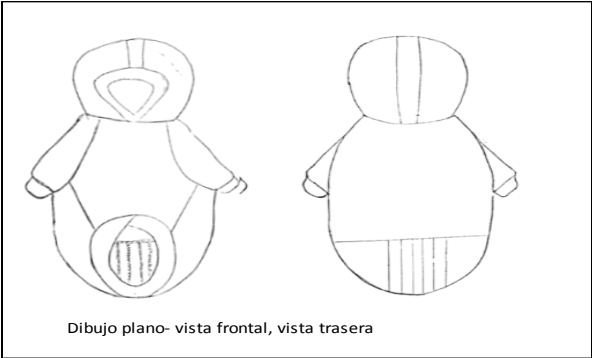
Figura 32

Ficha técnica chaleco deportivo


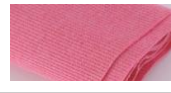


**Ficha técnica de diseño y confección**

**Segmento:** Perros  
**Referencia:** CH004

**Tela composición:** Algodón 80%, polyester 20%  
**Descripción:** Chaleco deportivo



Dibujo plano- vista frontal, vista trasera








Muestra de material e insumos	
Fotografías	Material e insumos
	Tela algodón perchado
	RIT
	Hilo
	Hilaza

Componentes	
Tipos de artículos	Ubicación
Tela algodón perchado	Parte delantera y trasera
Rit con bordado	Filos del buzo

#	Nombre	Cantidad	Material
M1	Delantero	2 y doblada	Algodón perchado
M2	Trasero	2 y doblada	Algodón perchado
M6	Gorro	2	Algodón perchado

Puntos a tener en cuenta				
El bordado varía según el equipo deportivo				

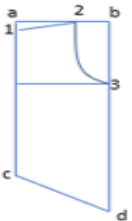
Especificaciones de confección				
Hilos e hilazas				
Composición	Descripción	Calibre	Color	PPP
Hilo poliester 100%	Costuras internas	120	A tono	12 PPP
Hil	Fileteado de filis	120	A tono y	18 PPP

Acabados						
Etiqueta	Bordado 1	Bordado 2	Bordado 3	Bordado 4	Bordado 5	Bordado 6
Fotografía	Fotografía	Fotografía	Fotografía	Fotografía	Fotografía	Fotografía
						

Secuencia de procesos									
N	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Detalle	Diseño	Patronaje	Trazo	Corte	Estampado	Confección	Acabado	Planchado	Empaquetado

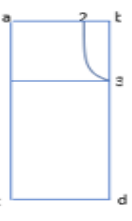
**DESGLOCE DE PROCEDIMIENTOS**

**1. Parte delantera**



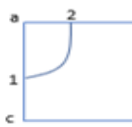
a.b = Alto de la pieza  
c.d = Ancho inferior  
c.1 = Alto de la manga  
c.2 = Ancho de la espalda  
2.3 = Ancho de la manga  
d.3 = Ancho de pecho

**2. Parte trasera**




a.b = Ancho superior  
a.1 = Alto de la manga  
c.d = Ancho inferior  
b.2 = Largo del pecho  
a.3 = Ancho de la espalda  
b.4 = Ancho del pecho


**3. Manga**



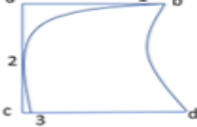
**4. Parte inferior trasera**



**5. Tiras traseras**



**6. Gorro**



Operación de preparación						
N.	Operación	Maquina	Puntada	Esquema	Tiempo	Observación
1	Preparación de telas	Ninguna	N/A	N/A	3 minutos	N/A
2	Corte de partes	Cortadora	N/A	N/A	3 minutos	De un corte pueden salir varias piezas
3	Estampado de piezas	Maquina bordadora	N/A	N/A	1 día (24 horas)	El tiempo demora, teniendo en cuenta que el estampado lo elabora un tercero y se pueden llevar varias piezas
4	Preparación de insumos	No aplica	N/A	N/A	3 minutos	N/A
Tiempo total					1 día, 9 minutos	

N.	Operación	Maquina	Puntada	Esquema	Tiempo	Observación
1	Unión pieza 3 con pieza 1	Plana industrial	Doble despunte		1 minuto	
2	Unión pieza 3 con pieza 2	Fileteadora	Puntada de recubridora		1 minuto	
3	Unión pieza 1 con pieza 2	Fileteadora	Puntada de recubridora		1 minuto	Se forma el buzo
4	Union buzo con gorro	Fileteadora	Puntada de recubridora		2 minutos	
5	Doblado al gorro	Plana industrial	Doble despunte		1 minuto	
Tiempo total					6 minutos	

Operación de terminación						
N.	Operación	Maquina	Puntada	Esquema	Tiempo	
1	Pulir hilos	Pulidor de mano	N/A	N/A	2 minutos	
2	Planchado	Plancha a vapor	N/A	N/A	2 minutos	
3	Control de calidad	No aplica	N/A	N/A	2 minutos	
Tiempo total					6 minutos	

<b>Total tiempo de operaciones</b>	<b>1 día 21 minutos</b>
------------------------------------	-------------------------

Parte superior		Parte inferior		Manga		Gorro	
a.b	19 cm	a.b	24 cm	2.3	3 cm	2	6 cm
c.d	24 cm	a.1	8 cm	1.c	3 cm	c.a	27 cm
c.1	6 cm	c.d	13 cm	c.d	6 cm	b.d	30 cm
c.2	11 cm	b.2	23 cm	<b>Inferior T</b>	<b>Medida</b>	<b>Tiras</b>	<b>Medida</b>
2.3	8 cm	a.3	28 cm	Ancho	5 cm	Ancho	2 cm
d.3	5 cm	b.4	5 cm	Largo	5 cm	Largo	5 cm

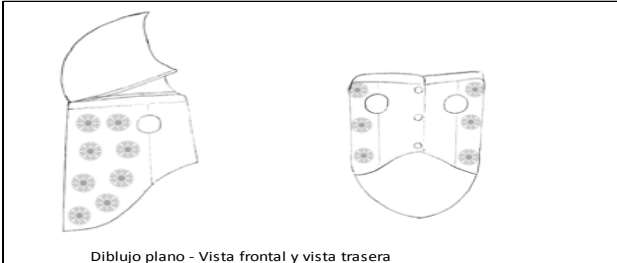
Figura 33

Ficha técnica chaleco con gorro

**FICHA TÉCNICA DE DISEÑO Y CONFECCIÓN**

**Segmento:** Perros  
**Referencia:** CH006

**Tela composición:** Polyester 80%, algodón 20%  
**Descripción:** Chaleco con gorro














Dibujos planos - Vista frontal y vista trasera

Componentes	
Tipos de artículos	Ubicación
Tela algodón perchado	Parte delantera y trasera
Piel de durazno	Parte delantera, trasera y gorro

Piezas			
#	Nombre	Cantidad	Material
M1	Delantero	2	Antifluido y piel de durazno
M2	Trasero	1 y doblada	Antifluido y piel de durazno
M3	Gorro	2	Antifluido y piel de durazno

Especificaciones de confección				
Hilos e hilazas				
Composición	Descripción	Calibre	Color	PPP
Hilo poliéster 100%	Costura interna sobrehilo	120	A tono	12 PPP
Hilaza 100%	Fileteado de hilos	120	A tono	18 PPP

Acabados			
Etiqueta	Bordado 1	Bordado 2	Bordado 3
Fotografía	Fotografía	Fotografía	Fotografía
			

Muestra de material e insumos	
Fotografías	Material o insumo
	Tela algodón perchado
	RIT
	Hilo
	Hilaza
	Broches
	Malla
	Cremallera

Secuencia de procesos	
N	Detalle
1	Diseño
2	Patronaje
3	Trazo
4	Corte
5	Estampado
6	Confección
7	Acabado
8	Planchado
9	Empaquetado

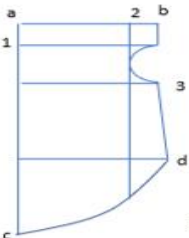
Doblados		
Tipo	Medida	Observación
Al corte	1 cm	Crudo y fileteado

**Apectos a tener en cuenta**

Si es clima calido se reemplaza la tela piel de durazno con maya, el proceso va a ser igual que con la piel de durazno. También se utilizará antifluido estampado para otros diseños, estas telas ya vienen estampadas y tienen mismo costo


**DESGLOCE DE PROCEDIMIENTOS**

**1. Parte superior**



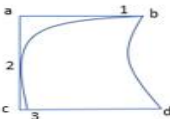
a.b = Alto de la pieza  
c.d = Ancho inferior  
c.1 = Alto de la manga  
c.2 = Ancho de la espalda  
2.3 = Ancho de la manga  
d.3 = Ancho de pecho

**2. Parte inferior**




a.b = Ancho superior  
a.1 = Alto de la manga  
c.d = Ancho inferior  
b.2 = Largo del pecho  
a.3 = Ancho de la espalda  
b.4 = Ancho del pecho

**3. Gorro**



**4. Falso del cuello**



Operación de preparación						
N.	Operación	Maquina	Puntada	Esquema	Tiempo	Observación
1	Preparación de telas	Ninguna	N/A	N/A	3 minutos	N/A
2	Corte de partes	Cortadora	N/A	N/A	3 minutos	
3	Estampado de piezas	Bordadora	N/A	N/A	1 día	
4	Preparación de insumos	N/A	N/A	N/A	3 minutos	
<b>Tiempo total</b>					<b>1 día 9 minutos</b>	

Operación de ensamble						
N.	Operación	Maquina	Puntada	Esquema	Tiempo	Observación
1	Unión de pieza 1 y 2 telas piel de durazno	Plana industrial	Doble despunte		1 minuto	Este conforma el buzo
2	Unión de pieza 1 y 2 tela antífuido nike	Plana industrial	Doble despunte		1 minuto	Este conforma el buzo
3	Union de 2 piezas que conforman el buzo	Plana industrial	Doble despunte		3 minutos	
4	Unión de telas para gorro	Plana industrial	Doble despunte		1 minuto	
5	Colocación de la cremallera al gorro	Plana industrial	Doble despunte		1 minuto	
6	Colocación del falso y cremallera al cuerpo del buzo	Plana industrial	Doble despunte		2 minutos	
7	Fijación de telas	Plana industrial	Doble despunte		2 minutos	Cada fijación tiene distancia de 10 cm
8	Puntada para fillos	Plana industrial	Doble despunte		2 minutos	La puntada de fillos varía desde 0,5 cm a 1 cm
9	Colocar broches	Troqueladora	Doble despunte		2 minutos	
<b>Total tiempo</b>					<b>15 minutos</b>	

Operación de terminación						
N	Operación	Maquina	Puntada	Esquema	Tiempo	Observación
1	Pulir hilos	Pulidor de mano	N/A	N/A	2 minutos	
2	Planchado	Plancha a vapor	N/A	N/A	2 minutos	
3	Control de calidad	No aplica	N/A	N/A	2 minutos	
<b>Total tiempo</b>					<b>6 minutos</b>	

Total tiempo de operaciones

24 horas, 31 minutos

TABLA DE MEDIDAS					
Parte sup.	Medida	Parte inferior	Medida	Cuello	Medida
a.b	19 cm	a.b	24 cm	a.b	6 cm
c.d	24 cm	a.1	8 cm	a.c	27 cm
c.1	6 cm	c.d	13 cm	b.d	30 cm
c.2	11 cm	b.2	23 cm	<b>Gorro Medida</b>	
2.3	8 cm	a.c	28 cm	3.d	6 cm
d.3	5 cm	b.4	5 cm	c.a	27 cm
				b.d	30 cm

Datos adicionales
Punto de Ref. Talla s. Para el resto de tallas se aumentan 2,5 cm cada lado. Para medidas relacionadas con cuello 2 cm

## 2.2.2 Localización e identificación del tamaño del negocio

**2.2.2.1 Macro localización.** Para el presente plan de negocios, la ubicación de urcunina wau tendrá lugar en Colombia, Departamento de Nariño, municipio de San Juan de Pasto.

Colombia se encuentra ubicada en América del Sur, lo que la convierte en una ubicación estratégica para la exportación de productos a otros países de la región, así como para la importación de materias primas y maquinarias de otros lugares del mundo. Además, cuenta con una amplia variedad de climas y regiones geográficas, lo que permite la producción de una amplia gama de prendas y textiles. (Banco Interamericano de Desarrollo, 2017, p. 24).

Colombia es conocida por su rica cultura y diversidad étnica, lo que se refleja en la variedad de diseños y estilos que se pueden encontrar en la ropa colombiana. La moda en Colombia es influenciada por la cultura indígena, española y afrodescendiente, lo que crea una amplia variedad de estilos y diseños únicos. (Sánchez & Giraldo, 2020, p. 2).

### **Figura 34**

*Localización departamento de Nariño*



Fuente: Flydragon, 2019

Nariño es un departamento de Colombia ubicado en el suroeste del país, en la región andina y pacífica, limitando al norte con el departamento de Cauca, al este con Putumayo, al sur con las provincias de Esmeraldas, Carchi y Sucumbios de la República de Ecuador, y al oeste con el océano Pacífico.

Nariño se caracteriza por su diversidad étnica y cultural. Según el censo de 2018, la población del departamento está compuesta en un 66,5% por mestizos y blancos, 17,8% por negros o afrodescendientes y 15,7% por indígenas.

En el departamento existen seis etnias indígenas reconocidas: los ingas, los pastos y los Quillasingas en el altiplano andino; los Kofán en la vertiente amazónica; los Coaiquer Awá en el piedemonte costero; y los Eperara siapidara en el litoral pacífico.

La diversidad étnica en Nariño se refleja en la cultura y la identidad de los pueblos del departamento. La Secretaría de Infraestructura y Minas de la Gobernación de Nariño ha liderado iniciativas para promover la interculturalidad y la etnoeducación en el departamento, reconociendo la importancia de la diversidad étnica y cultural en la construcción de la cotidianidad.

La infraestructura de Nariño ha tenido importantes avances en los últimos años, especialmente en lo que se refiere a la infraestructura vial. El Instituto Nacional de Vías (INVÍAS) ha invertido más de \$160.000 millones en obras de infraestructura vial en el departamento, lo que ha contribuido al desarrollo de la región (Ministerio de transporte)

“En cuanto a la infraestructura de transporte, el departamento cuenta con una red vial que conecta los principales municipios y ciudades, aunque aún existen zonas rurales que presentan dificultades de acceso. Además, el departamento cuenta con un aeropuerto internacional ubicado en la ciudad de Pasto, que conecta a Nariño con otras ciudades del país y del exterior” (IGAC, 2023).

En resumen, aunque aún existen desafíos en materia de infraestructura en algunas zonas rurales, Nariño ha logrado importantes avances en la infraestructura vial y de transporte en los últimos años, lo que ha contribuido al desarrollo de la región.

Se pretende dar a conocer la cultura nariñense a través de los diseños basados en las iconografías de los Pastos y Kamsá, así mismo contribuir con el desarrollo económico de la región, beneficiando y apoyando a las madres cabeza de familia.

**2.2.2.2 Micro localización.** Para determinar la ubicación del punto de ventas y la planta de producción del presente plan de negocio, se hará a través del método cuantitativo por puntos, el cual consiste en definir los principales factores determinantes de una localización para asignarles valores ponderados de peso relativo, de acuerdo con la importancia que se les atribuye, de esta forma se realiza una comparación cuantitativa de los diferentes sitios que se han elegido, para así optar por el lugar más adecuado para la fabricación y comercialización de las prendas de vestir.

**Punto de ventas:**

El punto de venta será establecido en islas comerciales dentro de centros comerciales. Se ha identificado disponibilidad en tres locaciones:

- En el Centro Comercial Galerías, hay una isla comercial de 4 m<sup>2</sup> con un valor de arrendamiento de \$550.000 M/C.
- El Centro Comercial El Dorado dispone de un espacio de 4 m<sup>2</sup> por un costo de arrendamiento de \$600.000 M/C.
- Por último, el Centro Comercial Arazá cuenta con una isla de 6 m<sup>2</sup>, con un valor de arrendamiento de \$650.000 M/C. Cabe mencionar que en estos precios están incluidos tanto los servicios como los costos de administración.

**Tabla 19**

*Localización del punto de ventas en la ciudad de Pasto*

FACTOR RELEVANTE	PESO ASIGNADO (%)	LOCALIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA EN LA CIUDAD DE PASTO					
		CENTRO COMERCIAL GALERÍAS		CENTRO COMERCIAL EL DORADO		CENTRO COMERCIAL ARAZÁ	
		CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA
Canon de arrendamiento	25%	7	1,75	6	1,5	8	2
Seguridad de la zona	20%	10	2	7	1,4	8	1,6
Concurrencia	30%	10	3	7	2,1	7	2,1
Vías de acceso	10%	10	1	10	1	10	1
Área en metros	15%	7	1,05	7	1,05	9	1,35
<b>RESULTADO</b>	<b>100%</b>		<b>8,8</b>		<b>7,05</b>		<b>8,05</b>

Se determina que el Centro Comercial Galerías es el lugar más adecuado para la comercialización del producto y la prestación del servicio personalizado. A pesar de que el área disponible es limitada, cumple con las dimensiones necesarias para satisfacer las necesidades de comercialización y servicio al consumidor. Uno de los factores a favor de esta elección es el valor de arrendamiento, que resulta ser bastante competitivo. Además, el Centro Comercial Galerías se caracteriza por ser altamente concurrido, lo que asegura una constante afluencia de potenciales clientes a diario, maximizando las oportunidades de venta. Esta concurrencia es una ventaja competitiva, ya que asegura visibilidad y exposición constante. Sumado a esto, el centro comercial garantiza seguridad, lo que brinda tranquilidad tanto para el personal como para los clientes. Asimismo, la diversidad de productos que se ofrecen en Galerías crea un ambiente propicio para captar un público variado. En contraste, el Centro Comercial El Dorado, aunque es una opción considerada, tiende a centrarse más en el sector tecnológico, lo que podría no ser completamente alineado con el perfil de cliente que se busca atraer.

### Planta de producción:

La ubicación de la planta de producción se decidirá considerando tres sectores: Catambuco, Obonuco y Anganoy. Tras analizar diversos factores relevantes, se seleccionará el lugar más adecuado para establecer el centro de producción.

**Tabla 20**

*Localización de la planta de producción*

FACTOR RELEVANTE	PESO ASIGNADO (%)	LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA DE PRODUCCIÓN					
		CATAMBUCO		OBONUCO		ANGANUY	
		CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA
Canon de arrendamiento	20%	9	1,8	7	1,4	8	1,6
Cercanía del mercado de consumo (Punto de ventas)	8%	6	0,48	9	0,72	8	0,64
Costo de servicios públicos	17%	9	1,53	6	1,02	7	1,19
Seguridad de la zona	10%	8	0,8	5	0,5	6	0,6
Disponibilidad de mano de obra	10%	8	0,8	9	0,9	7	0,7
Vías de acceso	10%	9	0,9	8	0,8	5	0,5
Área en metros	25%	9	2,25	8	2	9	2,25
<b>RESULTADO</b>	<b>100%</b>		<b>8,56</b>		<b>7,34</b>		<b>7,48</b>



Tras un análisis detallado, se concluye que Catambuco es el sector más apropiado para establecer la producción de las prendas. Aunque esta localización se encuentra a una mayor distancia del mercado de consumo, es decir, del punto de ventas en comparación con las otras opciones evaluadas, presenta varios factores que justifican su elección. En primer lugar, Catambuco ofrece un nivel superior de seguridad, factor crucial para garantizar la integridad del personal y la inversión. Adicionalmente, los arriendos en esta zona son notablemente más asequibles, lo que deriva en una reducción significativa de costos fijos y, por ende, en un impacto positivo en la rentabilidad del proyecto. Además, pese a su distancia, cuenta con vías de acceso en óptimo estado, lo que compensa el tiempo de traslado y facilitar la logística de distribución. Finalmente, el espacio disponible en Catambuco es ideal para la correcta distribución y diseño de la planta física de producción, permitiendo una operatividad eficiente y una posible expansión a futuro si fuera necesario.

### ***2.2.3 Descripción de procesos***

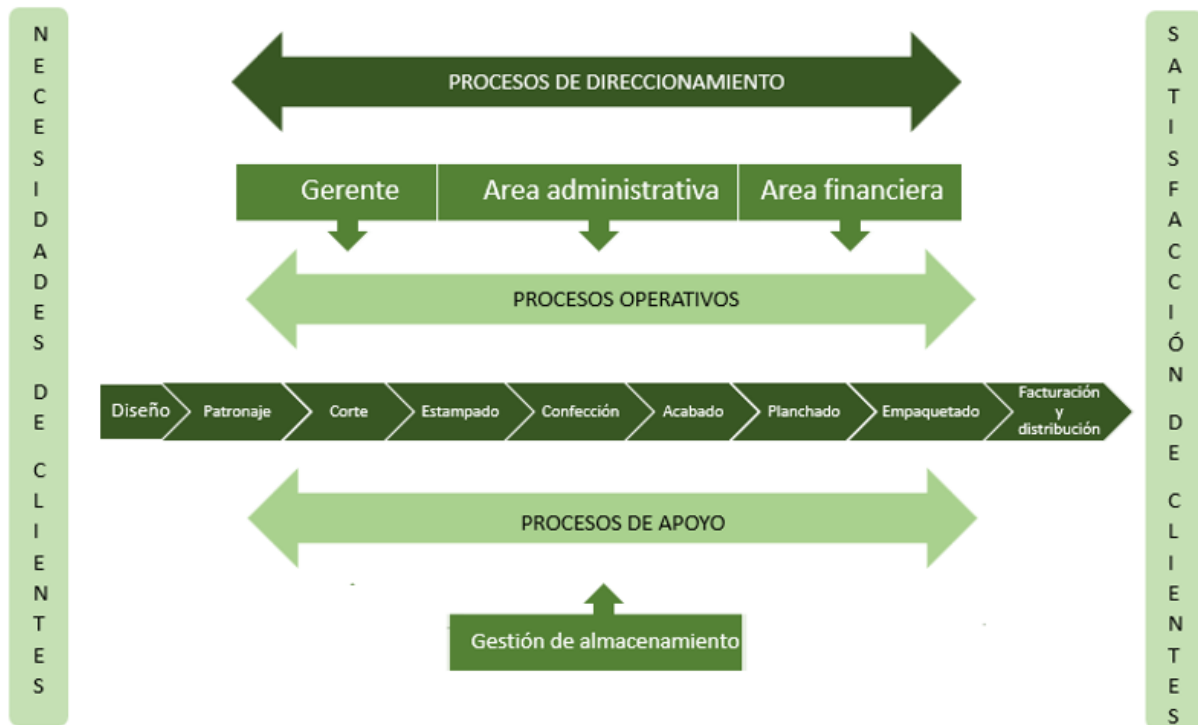
La descripción de procesos según Burbano (2008): “Describe la forma que tiene la fábrica de confección en realizar las actividades específicas que sirve como mecanismo de consulta permanente por parte de los empleados permitiendo un mayor desarrollo en la ejecución y desempeño de la organización” (p. 10) En “Urcunina Wau” la mayoría de los productos siguen la misma línea de procesos, algunos omiten la etapa del estampado, pero los siguientes pasos son iguales:

- Diseño
- Patronaje
- Trazo
- Corte
- Estampado
- Confección
- Acabado
- Planchado
- Etiquetado

La caracterización de procesos comprende las partes involucradas, objetivos y actividades. A continuación, se presenta el siguiente diagrama de procesos.

**Figura 35**

*Procesos de direccionamiento*



Los procesos de direccionamiento tienden a enfocarse en aquellas estrategias para organizar, planear, dirigir y controlar la organización, optimizar recursos, reducir costos y crear una mejora continua de las actividades de la empresa.

Por último, los procesos de apoyo son conformados por aquellas áreas como recursos humanos, almacenamiento y marketing, los cuales dan sustento a la organización para su funcionamiento idóneo, proporciona recursos necesarios para el desarrollo de su actividad.










Igualmente se presenta un flujograma con los procedimientos generales.

## Simbología del flujograma:

Se utilizará el diagrama de flujo ANSI el cual fue elegido para todo el procedimiento del presente plan de negocios.





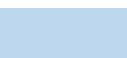

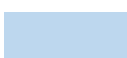


**Tabla 21**

### *Simbología del flujograma*

	<b>Significado</b>	<b>¿Para qué se utiliza?</b>
	Inicio / Fin	Indica el inicio y el final del diagrama de flujo.
	Operación Actividad	/ Símbolo de proceso, representa la realización de una operación o actividad relativas a un procedimiento.
	Documento	Representa cualquier tipo de documento que entra, se utilice, se genere o salga del procedimiento.
	Datos	Indica la salida y entrada de datos.
	Almacenamiento Archivo	/ Indica el depósito permanente de un documento o información dentro de un archivo.
	Decisión	Indica un punto dentro del flujo en que son posibles varios caminos alternativos.
	Líneas de flujo	Conecta los símbolos señalando el orden en que se deben realizar las distintas operaciones.
	Conector	Conector dentro de página. Representa la continuidad del diagrama dentro de la misma página. Enlaza dos pasos no consecutivos en una misma página.
	Conector de página	Representa la continuidad del diagrama en otra página. Representa una conexión o enlace con otra hoja diferente en la que continua el diagrama de flujo.

Fuente: Guía para elaboración de diagrama de flujo (2018).

**Tabla 22***Flujograma de la empresa*

<b>Actividad</b>	<b>Proveedor o responsable</b>	<b>Insumo</b>	<b>Símbolos</b>
Diseño	Proveedor externo	Materias primas e insumos necesarios para la producción. Facturas y documentos de recepción.	
Patronaje	Diseñador (a)	Patronajes y fichas técnicas	
Corte	Diseñador (a)	Telas	
Estampado	Proveedor externo	Telas estampadas, facturas	
Confección	Operario (a)	Moldes, Prototipos, piezas organizadas de acuerdo con color y referencia.	
Acabado y planchado	Operario (a)	Pieza confeccionada	
Control de calidad	Auxiliar de producción	Pieza terminada	
Empaque y almacenamiento	Jefe de producción	Pieza terminada y verificada por control de calidad	
Distribución y entrega	Jefe de ventas	Prendas empacadas, Orden de pedido	

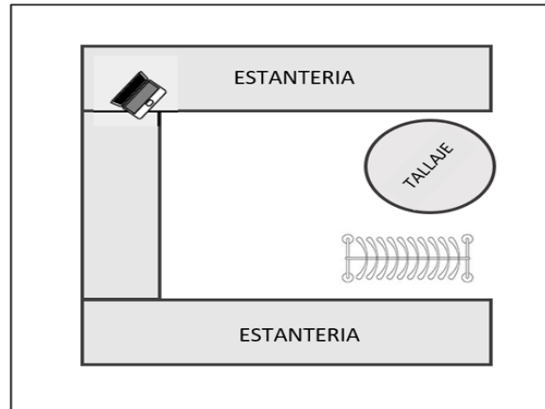
**2.2.4 Distribución física e ingeniería del proyecto.**

Urcunina wau requiere de dos plantas físicas, una para el punto de ventas y la otra para la planta de producción, donde:

Se establecerá una primera sede física, que incluirá una isla comercial, estas son aquellos puestos de ventas que se encuentran en los pasillos de los centros comerciales, donde se ubicará el punto de venta de las prendas de vestir para caninos al público. Lugar en el cual, se brindará un servicio personalizado de tallaje para las mascotas y diseños a medida según las especificaciones de los clientes.

**Figura 36**

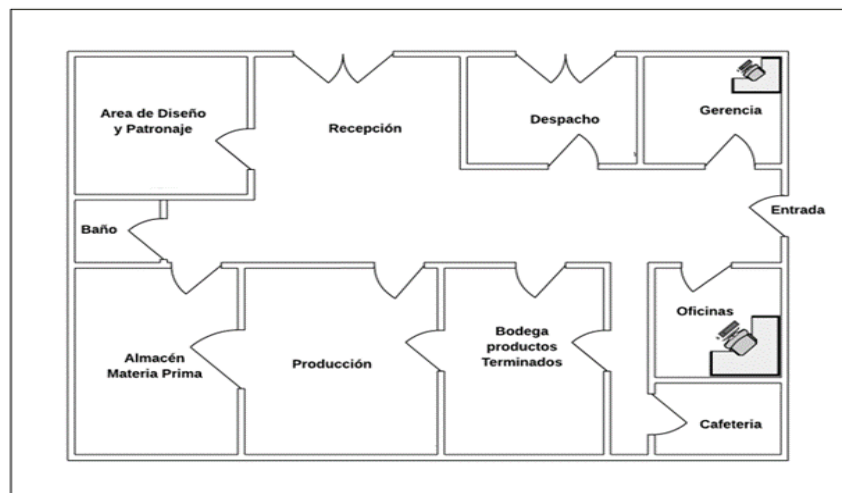
*Plano del punto de ventas*



En referencia a la segunda sede física, se ubicará la planta de producción, donde se llevará a cabo el proceso de transformación de las materias primas en productos terminados. Además, en esta sede se encontrarán las oficinas de almacenamiento y las bodegas tanto para las materias primas como para los productos terminados. También se contará con áreas específicas de producción y operarios, y se incluirá la oficina de gerencia junto con los cubículos de los empleados subordinados.

**Figura 37**

*Plano de planta de producción*



### 2.2.5 Necesidades y requerimientos

Las necesidades y requerimientos se distribuirán en tres partes: para el diseño y patronaje, para la producción de ropa para perros, y para la playa de ventas.






Para determinar los precios de las necesidades y requerimientos del proyecto se realizó cotizaciones de acuerdo con las exigencias de producción y comercialización.









Con respecto a la maquinaria y equipo, los precios se encuentran en los anexos 6, en cuanto a insumos y materiales, se realizó de manera presencial, a través del instrumento como los cuestionarios para proveedores, ver anexos B y C.

#### 2.2.5.1 Necesidades y requerimientos para el diseño y patronaje.

**Tabla 23**

*Requerimientos para el diseño y patronaje*

	Unidades	Características	Precio unitario	Imagen	Valor total
Lápiz de 1 esccarbón	12	Lápiz de carbón #12	\$ 3.200		\$ 38.400
Borrador	12	Borrador de nata	\$ 300		\$ 3.600
Tiza	12	Tizas chinas	\$ 500		\$ 6.000
Papel bond	30	Pliegos	\$ 300		\$ 9.000
Tijeras para papel	4	Tijeras para papel	\$ 1.000		\$ 4.000

	<b>Unidades</b>	<b>Características</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Imagen</b>	<b>Valor total</b>
Metros	4	Metro de ropa	\$ 1.500		\$ 6.000
Reglas	3	Reglas de aguacate	\$ 1.200		\$ 3.600
Regla	1	Regla de 100 cm aluminio	\$ 8.000		\$ 8.000
Computador	1	Dual Core 16400	\$ 1.100.000		\$ 1.100.000
Mesa para dibujo	1	60cm x 1m	\$ 500.000		\$ 500.000
Agendas	1	Agendas calendario	\$ 3.000		\$ 3.000
Silla	1	Silla giratoria	\$ 200.000		\$ 200.000
Escritorio	1	Escritorio Moderno de Oficina con Repisas en MDP 120 cm Astana	\$ 250.000		\$ 250.000

### 2.2.5.2 Necesidades y requerimientos para la producción.


**Figura 38**

*Máquina plana Zoje*

<b>Referencia:</b> Máquina plana Zoje A6000		
<b>Velocidad máxima:</b>	5000 RPM	
<b>Altura de prensatela:</b>	5 MM - 13 MM	
<b>Largo de puntada:</b>	4 MM	
<b>Largo máximo de puntada:</b>	5MM	
<b>Sistema de aguja:</b>	134R	
<b>Otras características:</b>	Mesa incluida, iluminación led, distancia al puente ampliada a 30 cm, doble arrastre por aguja y diente	
<b>Precio unitario:</b>	1'200.000	
<b>Unidades</b>	1	

**Figura 39**


*Máquina fileteadora Kanse*

<b>Referencia:</b> Máquina fileteadora Kanse 757f 5 hilos		
<b>Velocidad máxima:</b>	6000 RPM	
<b>Altura de prensatela:</b>	6 MM	
<b>Largo de puntada:</b>	3,6 MM	
<b>Largo máximo de puntada:</b>	7MM	
<b>Sistema de aguja:</b>	B-27 (DC x 27)	
<b>Espaciado de agujas</b>	5MM	
<b>Otras características:</b>	Overlock de 5 hilos con puntada de cadena en los bordes de la prenda, con mesa incluida, luz led.	
<b>Precio unitario:</b>	1'700.000	
<b>Unidades</b>	2	




**Figura 40**

*Máquina cortadora*

<b>Referencia:</b> Máquina cortadora 4 ulgadas kingter		
<b>Tipo de cuchilla:</b>	Octagonales universales	
<b>Peso:</b>	3Kg	
<b>Largo de puntada:</b>	4MM	
<b>Largo maximo de puntada:</b>	7MM	
<b>Potencia:</b>	250 W	
<b>Largo de cuchilla</b>	4"	
<b>Otras características:</b>	Incluye accesorios, cuchilla, escobillas de motor, grasa, herramientas para reemplazar cuchillas.	
<b>Precio unitario:</b>	350.000	
<b>Unidades</b>	1	






**Figura 41**

*Máquina troqueladora*

<b>Referencia:</b> Máquina troqueladora manual con troqueles		
<b>Peso:</b>	7Kg	
<b>Troquel de botones</b>	18mm, 24mm	
<b>Troquel de broches</b>	18mm, 20mm, 24mm	
<b>Tipo</b>	Manual	
<b>Otras características:</b>	Prensa sin mesa, instala accesorios de 3-5 capas de pvc	
<b>Precio unitario con troquel</b>	450.000	
<b>Unidades</b>	1	

**Tabla 24***Requerimientos para la producción*


Nombre	Unidades	Características	Precio unitario	Imagen	Valor total
Pulidores	3	Pulidor para modistería	\$ 2.500		\$ 7.500
Metros	3	Metros de ropa	\$ 1.500		\$ 4.500
Tizas	12	Tizas chinas	\$ 500		\$ 6.000
Estantes	2	De madera	\$ 280.000		\$ 560.000
Repisa para hilos	1	De madera 120 puestos	\$ 300.000		\$ 300.000
Alfileres	4	Por 40 uds	\$ 3.500		\$ 14.000
Escritorio	2	Escritorio de Oficina con Repisas en MDP 120 cm Astana	\$ 250.000		\$ 500.000
Escritorio gerencial	1	Escritorio gerencial	\$ 600.000		\$ 600.000
Sillas	5	Sillas plásticas	\$ 25.000		\$ 125.000






Nombre	Unidades	Características	Precio unitario	Imagen	Valor total
Sillas giratorias	2	Sillas giratorias	\$ 200.000		\$ 400.000
Computador	2	Dual Core 16400	\$ 1.300.000		\$ 2.600.000
Mesa de corte	1	1,8m x 1,20m	\$ 300.000		\$ 300.000
Plancha a vapor	1	Kalley	\$ 70.000		\$ 70.000
Tijeras de tela	2	10 v incolma	\$ 50.000		\$ 100.000

### 2.2.5.3 Necesidades y requerimientos para la playa de ventas.

**Tabla 25**

*Requerimientos para la playa de ventas*

Nombre	Unidades	Características	Precio unitario	Imagen	Precio total
Vitrina	3	Tubo aluminio de 1/4 de círculo de 1 1/2 pulgada. 60 cm alto x 110 cm frente x 40 cm fondo	\$ 650.000		\$ 1.950.000

Nombre	Unidades	Características	Precio unitario	Imagen	Precio total
Perchero de madera	1	0,55 x 1,80	\$ 1.200.000		\$ 1.200.000
Caja registradora	1	Serial y ps2	\$ 700.000		\$ 700.000
Mueble para caja registradora	1	3 cajones, 1 cajón con llave	\$ 600.000		\$ 600.000
Espejo	1	1,30m x 0,80m	\$ 300.000		\$ 300.000
Computador Portátil	1	Laptop Asus X415EA gris 14", Intel Core i3 1115G4 12GB de RAM 256GB SSD	\$ 1.436.000		\$ 1.436.000

### 2.2.6 Plan de producción u operación

Las prendas que se van a producir están sujetas a la demanda del mercado desde distintos aspectos, tanto como tendencias, nuevos diseños, los modelos van a ser similares.

Considerando que la cantidad de unidades a producir se determinó al abarcar el 8% de la demanda no satisfecha, se realiza una proyección a 5 años para visualizar cómo aumentará esta producción en el tiempo. Esta proyección se basa en las estimaciones de oferta y demanda, calculando de esta manera la demanda insatisfecha para cada año

**Tabla 26***Proyección de unidades a producir*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Modelo 1	2.296	2.246	2.179	2.093	1.986
Modelo 2	2.933	2.951	2.961	2.961	2.952
Modelo 3	3.740	3.844	3.950	4.060	4.173
Modelo 4	1.966	1.893	1.803	1.691	1.555
Modelo 5	2.630	2.675	2.717	2.756	2.791
Modelo 6	2.479	2.439	2.384	2.311	2.218

### 2.3 Aspectos organizacionales

El objetivo de la determinación de aspectos organizacionales es definir una estructura y estrategia organizacional que optimice recursos para cumplir con los requerimientos que demande la ejecución de plan de negocios, además de ello también se precisan aspectos referentes al recurso humano donde se encuentran elaborados manuales de procedimientos, manuales de funciones y reglamentos de trabajo que sirven para tener un control sobre las actividades de la empresa y su talento humano, teniendo en cuenta que todos aquellos se deben precisar de manera clara, concisa y alineados con los objetivos de la entidad “Urcunina wau”

#### 2.3.1 Direccionamiento estratégico

Para la empresa “Urcunina wau” es clave tener un buen direccionamiento estratégico para lograr sus objetivos, y que a partir de ellos se establezcan metas coordinadas entre todas las personas que hagan parte de la entidad.

Para el logro de todas las estrategias que lleven al éxito de los objetivos planteados y su continuo crecimiento la empresa definirá en primer lugar su misión, visión, valores, objetivos y reglamentos que serán los marcos normativos de la entidad, teniendo en cuenta diversos aspectos, tanto como el talento humano, ventajas competitivas, factor diferencial, procesos de producción,

posicionamiento en el mercado, entre otros.

**Misión:**

Somos una organización que fabrica y comercializa prendas de vestir para caninos personalizadas con diseños de las iconografías de las comunidades de los Pastos y Kamsá, trabajando en Pro de la protección de los animales domésticos, comprendiendo las nuevas necesidades del mercado, ofreciendo calidad en sus productos y con el fin último de conseguir una empresa sostenible y rentable en el marco de la responsabilidad social.

**Visión:**

Para el 2030 ser una marca prestigiosa y enfocada en brindarle a sus clientes una experiencia de marca diferenciadora, operando en principales ciudades de Nariño y Putumayo.

**Objetivos.**

**Objetivo general.**

Nuestro objetivo como empresa es brindar a los perros comodidad, estilo y protección a través de prendas de vestir para caninos que ayuden al cuidado de estos seres incondicionales que nos brindan compañía y causan felicidad.

**Objetivos específicos.**

- Lograr un posicionamiento en el mercado textil de ropa para perros.
- Alcanzar la satisfacción de clientes y lograr su prestigio para atraer clientes
- Poseer un talento humano calificado, conformado principalmente por madres cabeza de familia, siempre procurando la protección de sus derechos.
- Contar con canales de atención a clientes que puedan otorgar servicios de asesorías eficientes.

- Contar con la maquinaria y equipo adecuado para la correcta optimización de los procesos productivos
- Maximizar utilidades y reducir costos a través de metas y presupuestos claros y direccionados por la gerencia.

### **Principios y valores.**

Los principios y valores son la base para que una entidad ejerza sus labores armónicamente entre todos sus colaboradores, es por esto que todo aquel que forme parte de la entidad, desde la gerencia hasta sus operarios deben cumplir con ellos, es así como “Urcunina Wau” se rige por los siguientes principios y valores corporativos:

#### **Valores:**

- Respeto; Es importante para fomentar un ambiente laboral positivo, aumentar la colaboración y la comunicación efectiva, promover la diversidad e inclusión, y mejorar la productividad y la retención de empleados. Además, ayuda a establecer relaciones armoniosas entre los miembros de la organización, con los clientes y proveedores externos.
- Confianza; Permite establecer relaciones honestas y transparentes con los empleados, los clientes y proveedores, lo que contribuye a mejorar la reputación de la empresa, fomenta también la lealtad y el compromiso de los trabajadores.
- Responsabilidad; Promueve la ética y la transparencia en la toma de decisiones, fomenta la confianza y la reputación de la empresa, y contribuye a mejorar su sostenibilidad e impacto social.
- Compromiso; Promueve la participación y la responsabilidad de los empleados en el logro de los objetivos de la empresa, mejora la calidad del trabajo, y contribuye a crear un ambiente laboral positivo y colaborativo.

- Creatividad; Fomenta la innovación y el desarrollo de nuevas ideas, procesos y productos, lo que contribuye a mantener una ventaja competitiva y a impulsar el crecimiento de la empresa.

**Principios:**

- Calidad; Asegura la satisfacción del cliente al proporcionar productos o servicios que cumplen con sus expectativas y requisitos y contribuye a construir una reputación positiva y a fidelizar a los clientes.
- Trabajo en equipo; Permite la colaboración y la comunicación efectiva entre los miembros del equipo, aumenta la creatividad, mejora la eficiencia y la calidad del trabajo, y contribuye a crear un ambiente laboral positivo y motivador.
- Eficiencia; Permite alcanzar los objetivos de manera efectiva, optimizando el uso de los recursos reduciendo los costos de producción. Además, mejora la calidad del trabajo, aumenta la productividad y competitividad de la empresa.
- Sostenibilidad; Permite la gestión responsable de los recursos naturales y económicos, lo que contribuye a reducir el impacto ambiental y social de la empresa y a garantizar su continuidad a largo plazo. Además, mejora la reputación y la relación con los clientes y stakeholders y puede generar oportunidades de negocio innovadoras y rentables.

**2.3.2 Estructura organizacional**

Brume (2019) define la estructura organizacional como:

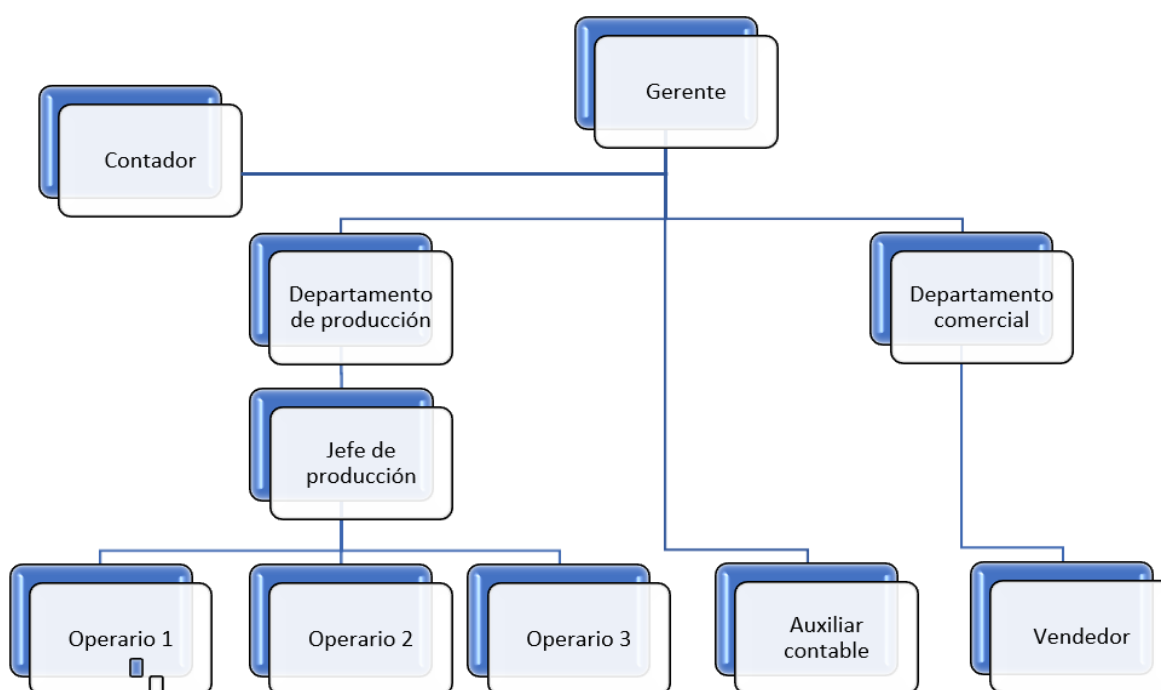
un sistema utilizado para definir una jerarquía dentro de una organización. Identifica cada puesto, su función y dónde se reporta dentro de la organización. Esta estructura se desarrolla para establecer cómo opera una organización y ayudar a lograr las metas para permitir un crecimiento futuro. (p. 3)



De acuerdo con lo anterior, la entidad tendrá una estructura organizacional lineal de forma piramidal, con los procesos y actividades que se van a llevar a cabo, teniendo un orden coherente en su estructura.

“Urcunina wau” para la elaboración de su organigrama utiliza relaciones de autoridad, haciendo descripción de los puestos de trabajo desde el nivel más alto al más bajo, identificando el grado de responsabilidad para cada colaborador.

**Figura 42**  
*Organigrama*



### 2.3.3 Descripción de manuales

Los manuales de la organización constituyen aquellos marcos que sirven como instrumentos para la correcta información sobre la estructura organizacional, funciones, procesos y procedimientos que deben realizar cada uno de los vinculados de la entidad.

Es así como se describen dos tipos de manuales para “Urcunina wau”: Un manual de funciones y un manual de procedimientos.

#### ***2.3.4 Descripción de funciones***

El manual de funciones es un documento en el que se describen de forma clara las funciones asignadas y competencias laborales de cada empleado o vinculado de la organización, también sirve como instrumento para el reclutamiento objetivo del personal, puesto que en este se va a describir las habilidades, conocimientos y actitudes requeridas para llevar a cabo su puesto de trabajo.


Así mismo se describirán otros elementos como el objetivo del cargo, marco jurídico, forma de contratación, grados de autoridad, sus responsabilidades, entre otros. Con lo anterior estas son las bases para la construcción de un óptimo manual de funciones:

- Orientar, brindar información y precisar las funciones encomendadas a cada uno de los cargos requeridos, para un correcto ordenamiento, evitar recargo de responsabilidades.
- Proporcionar la uniformidad y revisar que todas las actividades que se realicen sean acordes con el cargo.
- Proporcionar información sobre las habilidades y conocimientos requeridos para la aplicación al cargo.

A continuación, se presentan los manuales de funciones:


**Figura 43**

*Manual de funciones gerente general*

	<b>MANUAL DE FUNCIONES "URCUNINA WAU"</b>
<b>1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del cargo</b>	Gerente general
<b>Departamento y/o sección</b>	Departamento administrativo
<b>Jefe inmediato o responsable</b>	Socios
<b>Objetivos del cargo</b>	Direccionar generalmente las estrategias de la entidad
<b>Tipo de contratación</b>	Contrato fijo
<b>2. PERFIL DEL CARGO</b>	
<b>A. Nivel educativo o formación requerida para el cargo</b> Título universitario en economía, administración, ingeniería, o carreras afines; y/o grado de maestría	
<b>B. Experiencia</b> 3 años en cargos administrativos	
<b>C. Conocimientos en:</b> Gestión empresarial	
<b>D. Funciones a ejercer en el cargo</b> Ser el representante legal de la empresa Manejar los recursos de la empresa Definir políticas generales de la administración	
<b>3. AMBITO DE LA ACTUACIÓN</b>	
<b>A. Responsabilidades asignadas.</b> Planear, proponer, aprobar, dirigir, coordinar y controlar las actividades administrativas, comerciales, operativas y financieras de la Empresa, así como resolver los asuntos que requieran su intervención de acuerdo con las facultades delegadas por la empresa.	
<b>B. Relaciones internas y externas</b> Desarrollar y mantener relaciones politico-diplomaticas con autoridades externas Asistir a reuniones formales entre otras	
<b>Elaborado</b> <div style="border: 1px solid black; height: 60px; width: 100%;"></div>	<b>Aprobado</b> <div style="border: 1px solid black; height: 60px; width: 100%;"></div>


**Figura 44**

*Manual de funciones contador*

	<b>MANUAL DE FUNCIONES "URCUNINA WAU"</b>
<b>1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del cargo</b>	Contador público
<b>Departamento y/o sección</b>	Financiero
<b>Jefe inmediato o responsable</b>	Gerente
<b>Objetivos del cargo</b>	Analizar la información contenida en los documentos contables generados del proceso de contabilidad en una determinada dependencia, verificando su exactitud, a fin de garantizar estados financieros confiables y oportunos a la empresa pertinente.
<b>Tipo de contratación</b>	Por servicios
<b>2. PERFIL DEL CARGO</b>	
<b>A. Nivel educativo o formación requerida para el cargo</b> Profesional con título de contador público universitario y tarjeta profesional	
<b>B. Experiencia</b> 1 año como contador público o cargos similares al cargo	
<b>C. Conocimientos en:</b> Area contable y financiera, manejo de contabilidad de costos	
<b>D. Funciones a ejercer en el cargo</b> Examina y analiza la información que contienen los documentos que le sean asignados. Prepara los estados financieros Prepara proyecciones, cuadros y análisis sobre los aspectos contables. Desarrolla sistemas contables necesarios para la Institución Analiza los diversos movimientos de los registros contables. Corrige los registros contables. Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.	
<b>3. AMBITO DE LA ACTUACIÓN</b>	
<b>A. Responsabilidades asignadas.</b> Verifica la exactitud de los registros contables en el comprobante de diario procesado con el programa de contabilidad. Lleva el control de cuentas por pagar. Lleva el control bancario de los ingresos de la Institución que entran por caja. Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización. Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.	
Elaborado	Aprobado


**Figura 45**

*Manual de funciones Auxiliar contable*

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b> <b>"URCUNINA WAU"</b>
<b>1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del cargo</b>	Auxiliar contable
<b>Departamento y/o sección</b>	Financiero
<b>Jefe inmediato o responsable</b>	Contador
<b>Objetivos del cargo</b>	Contabilizar los hechos económicos de la entidad, revisar, clasificar y archivar los soportes contables, con el objetivo de mantener actualizada la información contable
<b>Tipo de contratación</b>	Contrato fijo, medio tiempo
<b>2. PERFIL DEL CARGO</b>	
<b>A. Nivel educativo o formación requerida para el cargo</b> Técnico en contabilidad y finanzas	
<b>B. Experiencia</b> No se solicita experiencia	
<b>C. Conocimientos en:</b> Manejo de software contable, contabilidad de costos y excel avanzado	
<b>D. Funciones a ejercer en el cargo</b> Recibe, examina, clasifica, codifica y efectúa el registro contable de documentos. Revisa y compara lista de pagos, comprobantes, cheques y otros registros con las cuentas respectivas. Archiva documentos contables para uso y control interno. Revisa y realiza la codificación de las diferentes cuentas bancarias. Totaliza las cuentas de ingreso y egresos y emite un informe de los resultados Participa en la elaboración de inventarios. Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.	
<b>3. AMBITO DE LA ACTUACIÓN</b>	
<b>A. Responsabilidades asignadas.</b> Causación y pago de nomina Llevar al día contabilizaciones bancarias Elaborar informe que le soliciten Elaborar informes periodicos de las actividades que realizó Realizar cualquier otra tarea afín que le sea asignada	
Elaborado   	Aprobado   


**Figura 46**

*Manual de funciones jefe de producción*

	<b>MANUAL DE FUNCIONES "URCUNINA WAU"</b>
<b>1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del cargo</b>	Jefe de producción
<b>Departamento y/o sección</b>	Producción
<b>Jefe inmediato o responsable</b>	Gerente
<b>Objetivos del cargo</b>	Velar por el cumplimiento de las actividades productivas, verificar uso adecuado de maquinaria y materiales.
<b>Tipo de contratación</b>	Contrato indefinido, tiempo completo
<b>2. PERFIL DEL CARGO</b>	
<b>A. Nivel educativo o formación requerida para el cargo</b> Tecnólogo o título universitario afines o relacionados con el control de procesos productivos	
<b>B. Experiencia</b> Un (01) año de experiencia en actividades similares.	
<b>C. Conocimientos en:</b> Actividades del proceso productivo de prendas de vestir.	
<b>D. Funciones a ejercer en el cargo</b> Verificar la asistencia del personal. Supervisar las funciones de los operarios. Brindar información sobre las actividades de producción. Asegurar que se cumplan las producciones requeridas. Motivar a los empleados. Verificar que los materiales que se van a solicitar sean los indicados.	
<b>3. AMBITO DE LA ACTUACIÓN</b>	
<b>A. Responsabilidades asignadas.</b> Realizar las compras de los inventarios requeridos. Manejar inventarios. Manejo de efectivo. A su cargo se encuentran los operarios. Realizar control de calidad. Llevar documentos Kardex al día. Dirigir las actividades de producción.	
Elaborado	Aprobado


**Figura 47**

*Manual de funciones operarios*

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b> <b>"URCUNINA WAU"</b>
<b>1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del cargo</b>	Operarios
<b>Departamento y/o sección</b>	Departamento de producción
<b>Jefe inmediato o responsable</b>	Jefe de producción
<b>Objetivos del cargo</b>	Llevar a cabo el proceso productivo de la entidad
<b>Tipo de contratación</b>	Indefinida
<b>2. PERFIL DEL CARGO</b>	
<b>A. Nivel educativo o formación requerida para el cargo</b> Bachiller o técnico.	
<b>B. Experiencia</b> Mínima de 6 .	
<b>C. Conocimientos en:</b> Manejo de maquinas de confección industriales. Conocimiento en corte y confección.	
<b>E. Funciones a ejercer en el cargo</b> Operar maquina plana. Operar maquina fileteadora. Operar maquina cortadora. Operar maquina troqueladora.	
<b>3. AMBITO DE LA ACTUACIÓN</b>	
<b>A. Responsabilidades asignadas.</b> Manejo adecuado de las maquinas. Cuidado con el corte y trazo. Mantener limpio su espacio de trabajo.	
Elaborado	Aprobado

**Figura 48**

*Manual de funciones vendedor*

	<b>MANUAL DE FUNCIONES "URCUNINA WAU"</b>
<b>1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del cargo</b>	Vendedor
<b>Departamento y/o sección</b>	Departamento comercial
<b>Jefe inmediato o responsable</b>	Gerente
<b>Objetivos del cargo</b>	Identificar nuevas perspectivas de ventas, realizar seguimiento a los clientes potenciales y aprovechar oportunidades de venta
<b>Tipo de contratación</b>	Indefinida
<b>2. PERFIL DEL CARGO</b>	
<b>A. Nivel educativo o formación requerida para el cargo</b> Bachiller	
<b>B. Experiencia</b> Mínima de 6 meses	
<b>C. Conocimientos en:</b> Atención al cliente	
<b>D. Competencias, habilidades y/o destrezas</b> Saber como llegar al cliente	
<b>E. Funciones a ejercer en el cargo</b> Identificar y prospectar clientes potenciales. Presentar productos y servicios a los clientes. Realizar demostraciones y explicar las características y beneficios de los productos. Resolver dudas y ofrecer un excelente servicio al cliente. Realizar seguimiento postventa y gestionar quejas o reclamaciones. Mantenerse actualizado sobre el mercado y la competencia.	
<b>3. AMBITO DE LA ACTUACIÓN</b>	
<b>A. Responsabilidades asignadas.</b> Gestión de cuentas y atención al cliente. Seguimiento y mantenimiento de registros. Análisis de mercado y competencia. Capacitación y mejora continua. Reporte y análisis de ventas.	
<b>Elaborado</b>	<b>Aprobado</b>



### **2.3.5 Descripción de procedimientos**

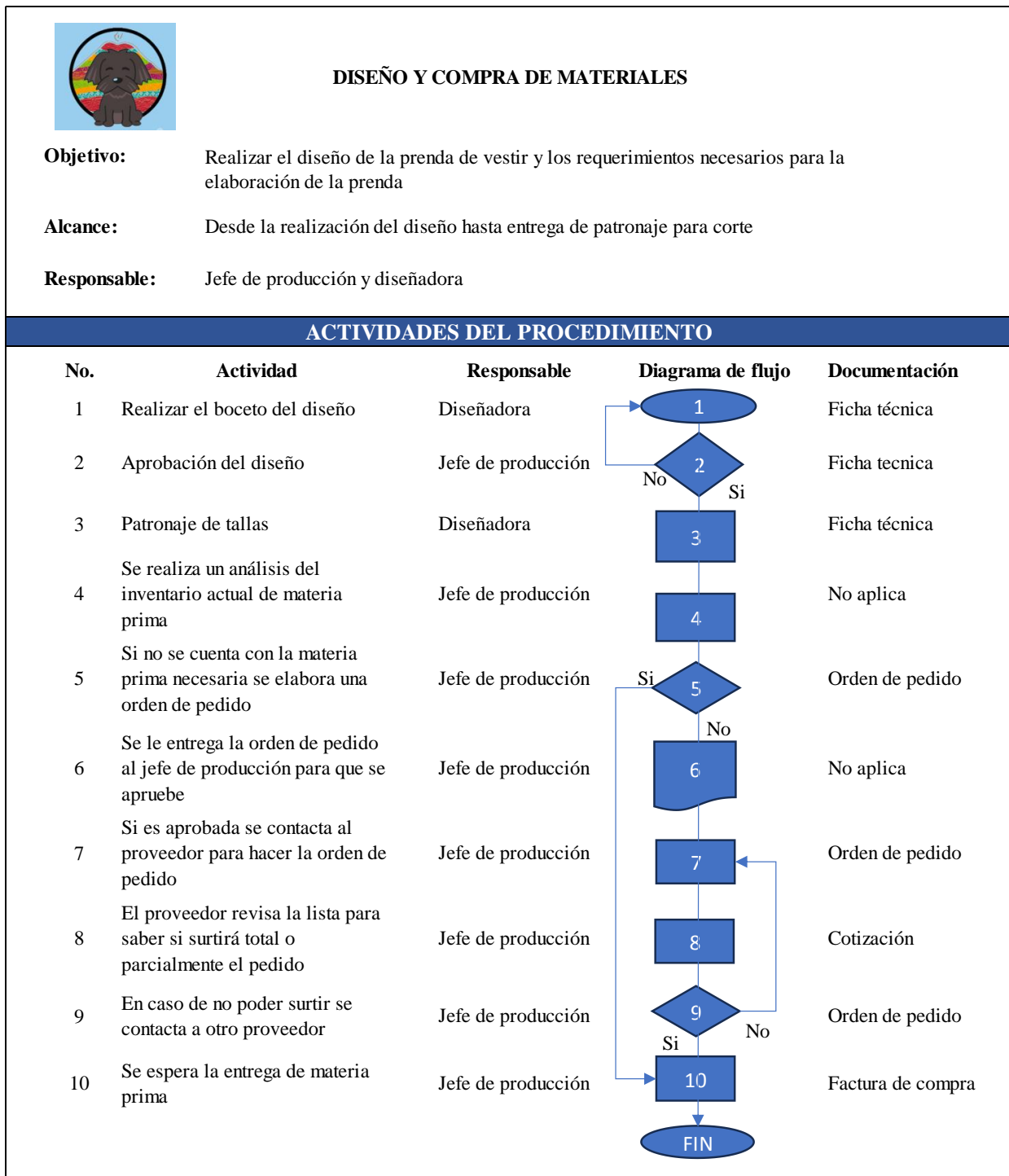
Un manual de procedimientos describe la manera en que el área de producción realizará una serie de actividades específicas, su orden y desarrollo en la ejecución de los procesos para determinar el desempeño de la organización.

Los procesos operativos se relacionan con la misión de la empresa, donde se encuentran aquellos procesos de producción de la ropa para perros, en ella se determinan los pasos y actividades a seguir para lograr el objeto social de la empresa, y dentro de este se encuentran los siguientes procedimientos:

- Procedimiento de diseño y compra de materiales
- Procedimiento de estampado
- Procedimiento de confección, acabado y planchado
- Procedimiento de control de calidad y empaque
- Procedimiento de distribución
- Procedimiento de almacenamiento de materias primas

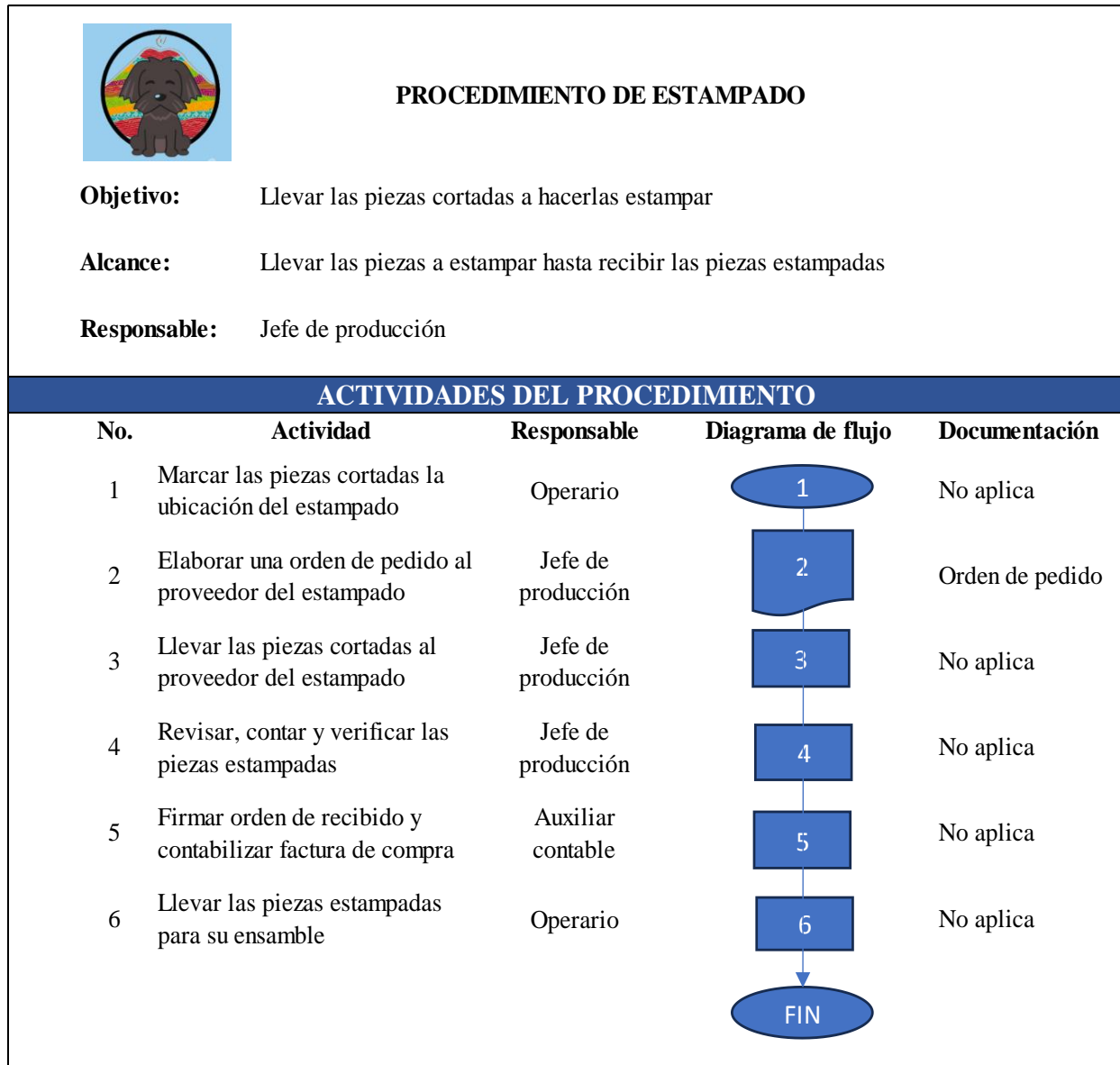
**Figura 49**

*Procedimiento de diseño y compra de materiales*



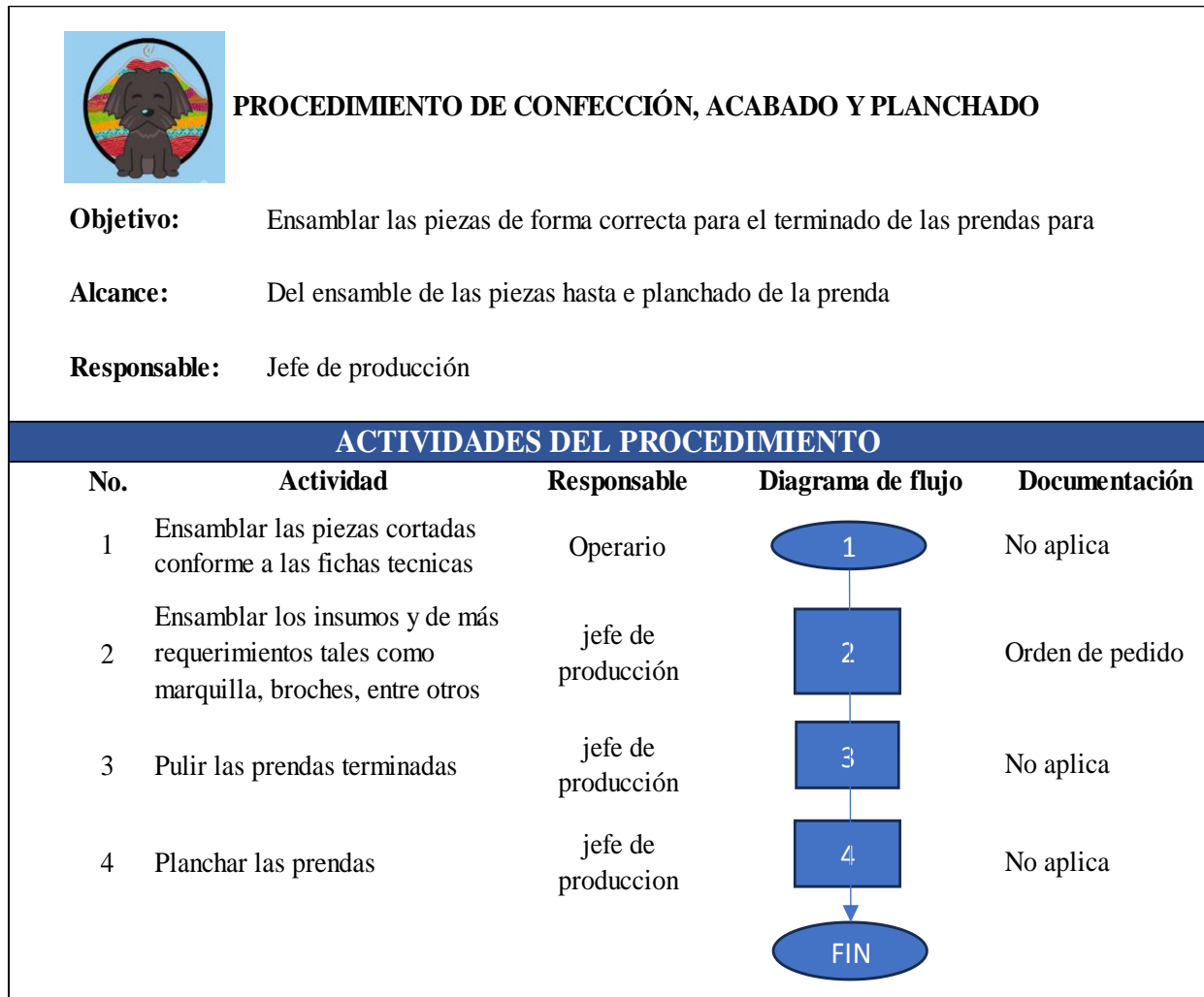
**Figura 50**

*Procedimiento de estampado*



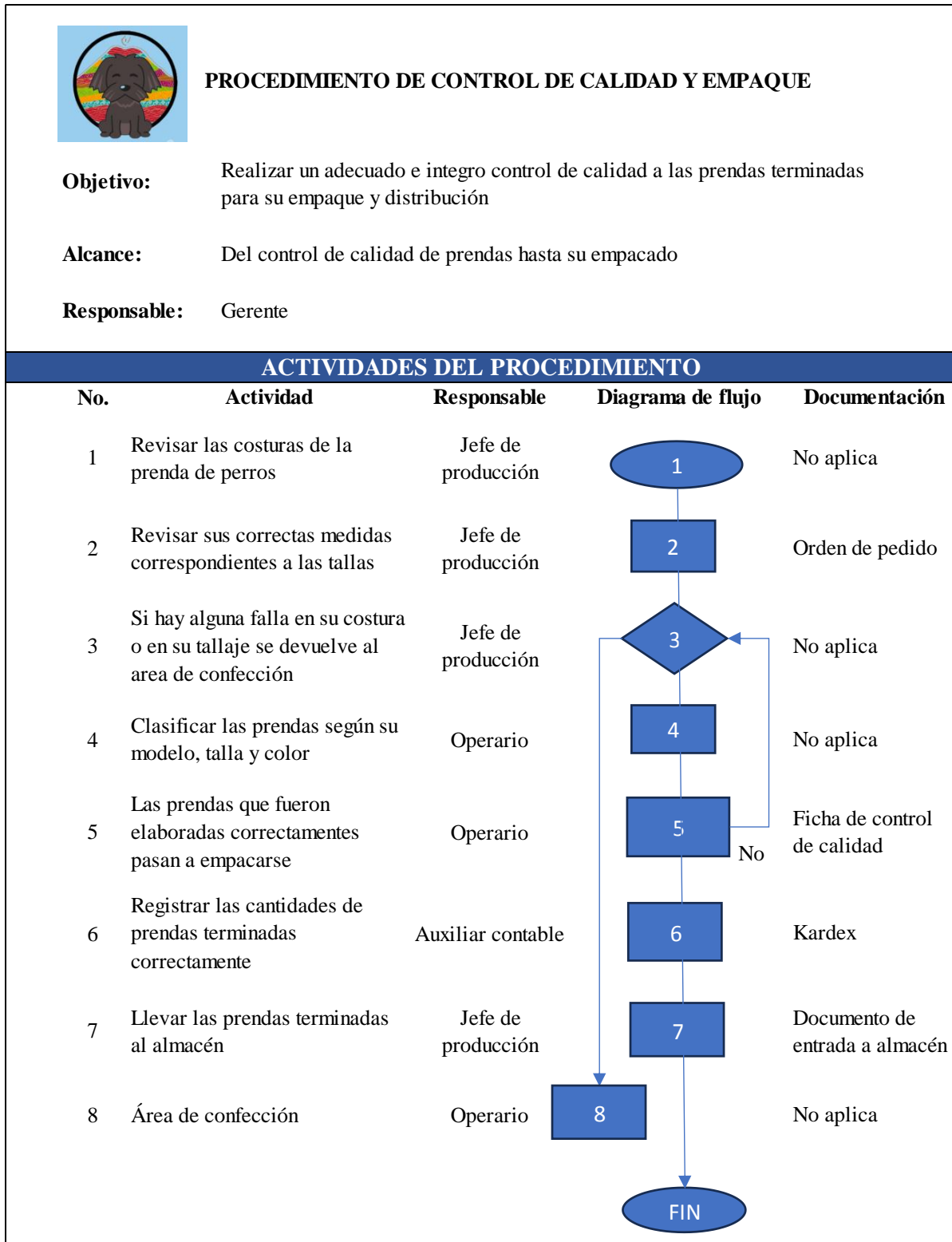
**Figura 51**

*Procedimiento de confección, acabado y planchado*



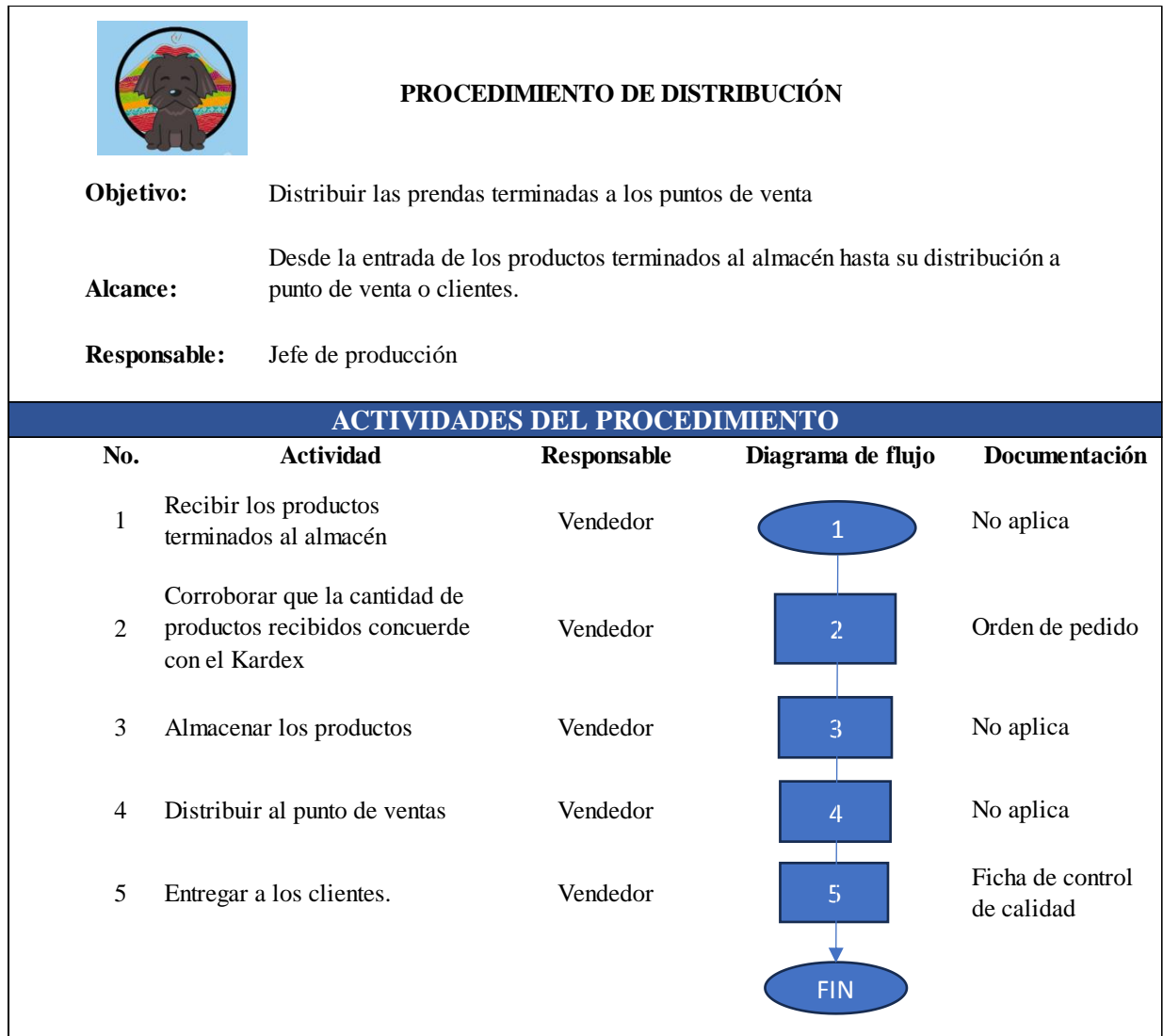
**Figura 52**

*Procedimiento de control de calidad y empaque*



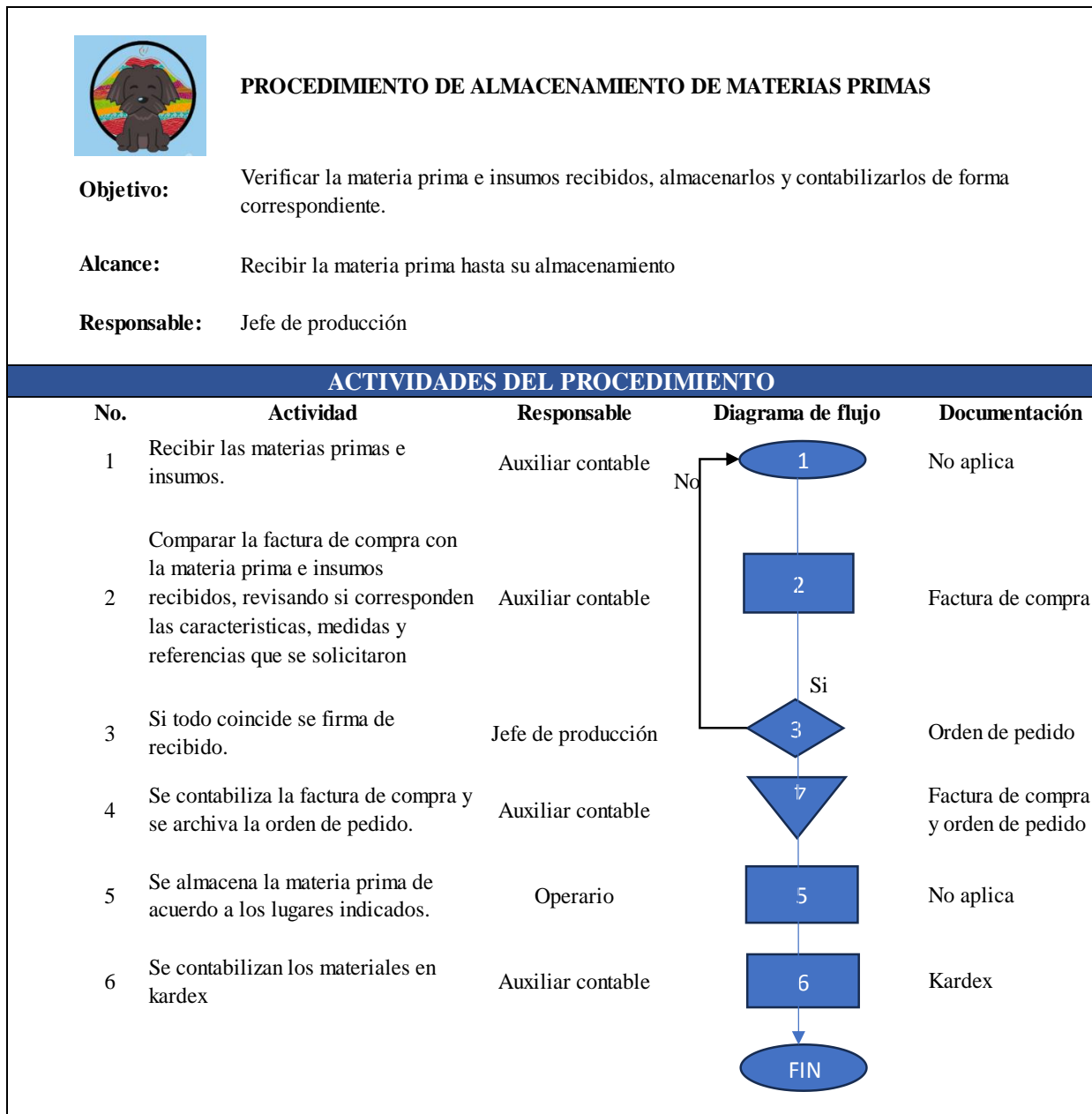
**Figura 53**

*Procedimiento de distribución*



**Figura 54**

*Procedimiento de almacenamiento de materias primas*



## **2.4 Reglamentos**

### **2.4.1 Reglamento interno de trabajo**

#### **Reglamento Interno de Trabajo**

##### **Capítulo I**

**Art. 1°** El presente es el reglamento interno de trabajo prescrito por **URCUNINA WAU**. Domiciliada en el departamento de Nariño, municipio de San Juan de Pasto y a sus disposiciones quedan sometidas tanto la sociedad como todos sus trabajadores. Este reglamento hace parte de los contratos individuales de trabajo. Celebrados o que se celebren con todos los trabajadores. Salvo estipulaciones en contrario que sin embargo solo pueden ser favorables al trabajador.

##### **Capitulo II**

**Art. 2°** Quien aspire a tener un puesto en la sociedad **URCUNINA WAU**. Debe hacer la solicitud por escrito para registrarlo como aspirante y acompañar los siguientes documentos:

- a. Certificados del último empleador con quien haya trabajado en que conste el tiempo de servicios. La índole de la labor ejecutada y el salario devengado.
- b. Certificado de dos personas honorables sobre su conducta y capacidad y en su caso. Del plantel de educación donde hubiere estudiado.
- c. Libreta de servicio militar. Cedula de ciudadanía o tarjeta de identidad según el caso:

Los menores de dieciocho (18) años necesitan para trabajar autorización escrita del inspector de trabajo o en su defecto de la primera autoridad local a solicitud de los padres y a falta de estos del defensor de familia.



- d. Presentar certificados que acrediten los estudios de bachillerato, técnicos, profesionales y otros requeridos para desempeñar el cargo u oficio.
- e. Certificado judicial.

### **Periodo de Prueba**

**Art 3°** La sociedad una vez admitida el aspirante podrá estipular con él, el periodo inicial de prueba que tendrá por objeto apreciar por parte de la sociedad, las aptitudes del trabajador y por parte de este, las conveniencias de las condiciones de trabajo.

**Art 4°** El periodo de prueba debe ser estipulado por escrito y en caso contrario los servicios se entienden regulados por las normas generales del contrato de trabajo.

**Art 5°** El periodo de prueba no puede exceder de (2) meses.

En los contratos de trabajo a término fijo, cuya duración sea inferior a un año el periodo de prueba no podrá ser superior a la quinta parte del término inicialmente pactado para el respectivo contrato, sin que pueda exceder de dos meses.

Cuando entre un mismo empleador y trabajador se celebren contratos de trabajo sucesivos, no es válida la estipulación del periodo de prueba salvo para el primer contrato.

**Art 6°** El periodo de prueba puede darse por terminado unilateralmente en cualquier momento y sin previo aviso. Pero si expirado el periodo de prueba, el trabajador continuare al servicio del empleador, con consentimiento expreso o tácito, por ese solo hecho, los servicios prestados por aquel a este se consideran regulados por las normas del contrato de trabajo desde la iniciación de dicho periodo de prueba. Los trabajadores en periodo de prueba gozan de todas las prestaciones.

### **Capítulo III**

#### **Trabajadores Accidentales o Transitorios**

**Art 7º** No tienen el carácter de trabajadores propiamente dichos de la sociedad, sino de meros trabajadores accidentales o transitorios, los que se ocupen de labores de corta duración no mayor a un mes y de índole distinta a las actividades normales de la sociedad los cuales solo tienen derecho al pago del descanso en los domingos y demás días en que el legalmente obligatorio y remunerado y en cuanto a las prestaciones se refiere a las indicadas en el inciso 2º del artículo 223 del código sustantivo del trabajo.

### **Capítulo IV**

#### **Horario de Trabajo**

**Art 8º** Las horas de entrada y salida de los trabajadores a la sociedad serán:

En la mañana:

8:00 a.m. a 12:30 p.m. lunes a viernes

8:00 a.m. a 12:30 p.m. Sabado

En la tarde:

2:00 p.m. a 6:00 p.m. lunes a viernes

**Parágrafo 1º** No habrá límite de jornada para los trabajadores que desempeñen cargos de dirección, confianza y/o manejo.

**Parágrafo 2º** De conformidad a la actividad de la sociedad y al incremento de trabajo en la misma se podrá variar el horario de trabajo sin que exceda de cuarenta y ocho (48) horas semanales de acuerdo con indicaciones del código sustantivo de trabajo.

**Art 9º** Los retardos o ausencias deberán justificarse plenamente. El empleado que se vea impedido para asistir al trabajo por enfermedad o por otro motivo deberá informar sin demora a su

inmediato superior quien a su vez informara al Gerente de la sociedad.

## **Capítulo V**

### **Las Horas Extras y Trabajo Nocturno**

**Art 10°** trabajo diurno es el comprendido entre las 6:00 a.m. y las 9:00 p.m. Trabajo nocturno es el comprendido entre las 9:00 p.m. y las 6:00 a.m.

**Art 11°** Trabajo suplementario o de horas extras es el que se excede de la jornada ordinaria y en todo caso el que excede la máxima legal.

**Art 12°** El trabajo suplementario o de horas extras, a excepción de los casos señalados en el artículo 163 del código sustantivo del trabajo solo podrá ejecutarse en dos (2) horas diarias y mediante autorización expresa del ministerio de trabajo y seguridad social o de una autorización delegada por este: siempre que la sociedad en vista de esta autorización, considere ejecutarlo en caso necesario.

### **Art 13° Tasas y Liquidación de Recargos**

- a. El trabajo nocturno, por el solo hecho de ser nocturno se remunera con un recargo de treinta y cinco por ciento (35%) sobre el valor del trabajo, diurno, con excepción del caso de la jornada de treinta y seis (36) horas semanales prevista en el artículo 20 literal c de la Ley 50 de 1990.
- b. El trabajo extra diurno se remunera con un recargo del veinticinco por ciento (25%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno.
- c. El trabajo extra nocturno se remunera con un recargo de setenta y cinco por ciento (75%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno.
- d. Cada uno de los recargos antedichos se produce de manera exclusiva, es decir sin acumulado

con alguno otro.

**Art 14°** El pago del trabajo suplementario o de horas extras y de recargo por trabajo nocturno, en su caso, se efectuará junto con el salario del periodo actual.

**Parágrafo** La sociedad podrá implementar turnos especiales de trabajo nocturno de acuerdo con lo previsto a la normativa vigente.

**Art 15°** La sociedad no reconocerá trabajo suplementario o de horas extras sino cuando expresamente lo autorice a sus trabajadores de acuerdo con lo establecido para tal efecto en el artículo 23 de este reglamento.

**Parágrafo** En ningún caso las horas extras de trabajo, diurnas o nocturnas podrán exceder de dos (2) horas diarias.

Cuando la jornada de trabajo se amplié por acuerdo entre empleadores y trabajadores a diez (10) horas diarias, no se podrá en el mismo día laborar horas extras.

## **Capítulo VI**

### **Días de Descanso Legalmente Obligatorios**

**Art 16°** Serán de descanso obligatorio remunerado, los domingos y días de fiesta que sean reconocidos como tales en nuestra legislación laboral.

**Art 17°** El descanso en los domingos y los demás días de fiesta que trata el artículo 27 del presente reglamento. Tiene una duración mínima de 24 horas, salvo la excepción consagrada en el literal c del artículo 20 de la Ley 50 de 1990.

**Art 18°.** Cuando por motivo de fiesta no determinada en la ley 51 del 22 de diciembre de 1983, la sociedad suspendiere el trabajo, está obligada a pagarlo como si se hubiere realizado. No está obligada a pagarlo cuando hubiere mediado convenio expreso para la suspensión o compensación

o estuviere prevista en el reglamento, pacto, convención colectiva o fallo arbitral. Este trabajo compensatorio se remunerará sin que se entienda como trabajo suplementario o de horas extras.

### **Vacaciones Remuneradas**

**Art. 19°** Los trabajadores que hubieren prestado sus servicios durante un año tienen derecho a quince (15) días hábiles consecutivos de vacaciones remuneradas.

**Art 20°** La época de vacaciones debe ser señalada por la sociedad a más tardar dentro del año siguiente y ellas deben ser concedidas oficiosamente o a petición del trabajador, sin perjudicar el servicio y la efectividad del descanso. El empleador tiene que dar a conocer al trabajador con quince (15) días de anticipación la fecha en que le concederán las vacaciones.

**Art 21°** si se presenta interrupción justificada en el disfrute de las vacaciones, el trabajador no pierde el derecho a reanudarlas.

**Art 22°** Se prohíbe compensar las vacaciones en dinero, pero el ministerio de trabajo y seguridad social puede autorizar que se paguen en dinero hasta la mitad de ellas en casos especiales de perjuicio para la economía nacional o la industria, cuando el contrato termina sin que el trabajador hubiere disfrutado de vacaciones, la compensación de estas en dinero procederá por un año cumplido de servicios y proporcionalmente por fracción de año, siempre que este no sea inferior a seis meses. En todo caso para la compensación de vacaciones, se tendrá como base el último salario devengado por el trabajador.

**Art 23°** a. en todo caso, el trabajador gozara anualmente, por lo menos de seis (6) días hábiles continuos de vacaciones, los que no son acumulables.

- b. Las partes pueden convenir en acumular los días restantes de vacaciones hasta por dos años.
- c. La acumulación puede ser hasta por cuatro (4) años, cuando se trate de trabajadores técnicos, especializados, de confianza.

**Art 24°** Durante el periodo de vacaciones el trabajador recibirá el salario ordinario que este devengando el día que comience a disfrutar de ellas. En consecuencia, solo se excluirán para la liquidación de las vacaciones el valor del trabajo en días de descanso obligatorio y el valor del trabajo suplementario o de horas extras. Cuando el salario sea variable, las vacaciones se liquidarán con el promedio de lo devengado por el trabajador en el año inmediatamente anterior a la fecha en que se ceden.

**Art 25°** Todo empleador llevara un registro de vacaciones en el que se anotara la fecha de ingreso de cada trabajador, fecha en que toma sus vacaciones, en que las termina y la remuneración de las mismas.

### **Permisos**

**Art 26°** La sociedad concederá a sus trabajadores los permisos necesarios para el ejercicio del derecho al sufragio y para el desempeño de cargos oficiales transitorios de forzosa aceptación, en caso de grave calamidad domestica debidamente comprobada, para concurrir en su caso al servicio médico correspondiente, para desempeñar comisiones sindicales inherentes a la organización y para asistir al entierro de sus compañeros, siempre que avisen con la debida oportunidad a la sociedad y a sus representantes y que en los dos últimos casos, el número de los que se ausenten no sea tal, que perjudiquen el funcionamiento del establecimiento, la concesión de los permisos antes dichos estará sujeta a las siguientes condiciones:

- a. En caso de grave calamidad doméstica. La oportunidad del aviso puede ser anterior o posterior del hecho que lo constituye o al tiempo de ocurrir este, según lo permita las circunstancias.

En caso de entierro de compañeros de trabajo, el aviso puede ser hasta con un día de anticipación y el permiso se concederá hasta el diez por ciento (10%) de los trabajadores.

- b. En los demás casos (sufragio, desempeño de cargos transitorios de forzosa aceptación y concurrencia al servicio médico correspondiente) el aviso se dará con la anticipación que las

circunstancias lo permitan. Salvo convención en contrato y a excepción del caso de concurrencia al servicio médico correspondiente, el tiempo empleado en estos permisos puede descontarse al trabajador o compensarse con el tiempo igual de trabajo efectivo en horas distintas a su jornada ordinaria, a opción de la empresa.

## **Capítulo VII**

### **Salario Mínimo, Convencional, Lugar, Días, Horas de Pagos y Periodos que lo Regulan**

**art 27°** Formas y libertad de estipulación:

- a. El empleador y el trabajador pueden convenir libremente el salario en sus diversas modalidades como por unidad de tiempo, por obra, o a destajo y por tarea. Pero siempre respetando el mínimo legal.

**Art 28°** Se denomina jornal el salario estipulado por días y sueldo, el estipulado con periodos mayores.

**ART 29°** Salvo convenio por escrito, el pago de los salarios se efectuará en el lugar en donde el trabajador presta sus servicios durante el trabajo, o inmediatamente después del cese.

**Art 30°** El salario se pagará al trabajador directamente o a la persona que le autorice por escrito así:

- a. El salario en dinero debe pagarse por periodos iguales y vencidos. El periodo de pago para los jornales no puede ser mayor de una semana y para sueldo no mayor de un mes.
- b. El pago del trabajo suplementario o de horas extras y el recargo por trabajo nocturno debe efectuarse junto con el salario ordinario del periodo en que se han causado o a más tardar con el salario del periodo siguiente.

## **Capítulo VIII**

### **Servicio Médico, Medidas de Seguridad, Riesgos Profesionales, Primeros Auxilios en Caso de Accidentes de Trabajo, Normas Sobre Labores en Orden a la Mayor Higiene, Regularidad y Seguridad en el Trabajo**

**Art 31°** Los servicios médicos que requieran los trabajadores se prestarán por la EPS en donde se encuentren inscritos.

**Art 32°** Todo trabajador dentro del mismo día en que se siente enfermo deberá comunicar al Gerente a quien este delegue por la sociedad, quien hará lo conducente para que sea examinado por el médico correspondiente a fin de que certifique si puede continuar o no en el trabajo y en su caso determine la incapacidad y el tratamiento a que el trabajador debe someterse, si este no diera aviso dentro del término indicado o no se sometiere al examen médico que se haya ordenado, su inasistencia al trabajo se tendrá como injustificada para los efectos a que haya lugar, a menos que demuestre que estuvo en absoluta imposibilidad para dar el aviso y someterse al examen en la oportunidad debida.

**Art 33°** Los trabajadores deben someterse a las instrucciones y tratamientos que ordena el médico que los haya examinado, así como a los exámenes y tratamientos preventivos que para todos o algunos de ellos ordena la sociedad en determinados casos. El trabajador que sin justa causa se negare a someterse a los exámenes, instrucciones o tratamientos antes indicados, perderá el derecho de la prestación en dinero por la incapacidad que sobrevenga a consecuencia de esa negativa.

**Art 34°** El trabajador que se encuentre afectado de enfermedad que no tenga carácter de profesional y para la sanidad del personal, por ser contagiosa o crónica, será aislado provisionalmente hasta que el médico certifique si puede reanudar tareas o si debe ser retirado definitivamente dando aplicación al decreto 2351/65 artículo 7° numeral 15.

**Art 35°** En caso de accidente de trabajo, el jefe de la respectiva dependencia, o su representante,



ordenara inmediatamente la prestación de los primeros auxilios, la llamada al médico si lo tuviere, o uno particular si fuere necesario, tomara todas las demás medidas que se impongan y que se consideren necesarias para reducir al mínimo las consecuencias del accidente.

**Art 36°** En caso de accidente no mortal, aun el leve o de apariencia insignificante, el trabajador lo comunicara inmediatamente al jefe de la sección respectiva o el Gerente para que estos procuren los primeros auxilios, prevean la asistencia médica y tratamiento oportuno y den cumplimiento a lo previsto en el artículo 220 del código sustantivo del trabajo. El medico continuara el tratamiento respectivo a indicar las consecuencias del accidente y la fecha en que cese la incapacidad.

**Art 37°** La sociedad no responderá por ningún accidente de trabajo que haya sido provocado deliberadamente o por culpa grave de la víctima, pues solo estará obligada a prestar los primeros auxilios. Tampoco responderá de la agravación que se presente en las lesiones o perturbaciones causadas por cualquier accidente, por razón de no haber dado el trabajador, el aviso oportuno correspondiente o haberlo demorado sin justa causa.

**Art 38°** De todo accidente se llevará registrado en libro especial, con indicación de la fecha, horas, sector y circunstancia en que ocurrió, nombre de los testigos especiales, si los hubiere, y forma sintética de que pueden declarar.

**Art 39°** En todo caso en lo referente a los puntos de que trata este capítulo, tanto la sociedad como los trabajadores, se someterán a las normas del reglamento especial de higiene y seguridad que aquella tenga aprobado por la Decisión de Medicina del Trabajo del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, de acuerdo con lo establecido en los artículos 349, 350 y 353 del código sustantivo del trabajo.

## **Capitulo IX**

### **Prescripciones de Orden**

**Art 40°** Los trabajadores tienen como deberes los siguientes:

- a. Respeto y subordinación a los superiores.
- b. Respeto a sus compañeros de trabajo.
- c. Procurar completa armonía e inteligencia con sus superiores y compañeros de trabajo en las relaciones personales y en la ejecución de labores.
- d. Guardar buena conducta en todo sentido y obrar con espíritu de leal colaboración en el orden moral y disciplina general de la sociedad.
- e. Ejecutar los trabajos que le confíen con honradez, buena voluntad y de la mejor manera posible.
- f. Hacer las observaciones, reclamos y solicitudes a que haya lugar por conducto del respectivo superior y de manera fundada, comedida y respetuosa.
- g. Ser verídico en todo caso.
- h. Recibir y aceptar las ordenes, instrucciones y correcciones relacionadas con el trabajo; el orden y la conducta en general, con su verdadera intención que es en todo caso la de encaminar perfeccionar los esfuerzos en provecho propio y de la sociedad en general.
- i. Observar rigurosamente las medidas y precauciones que le indique su respectivo jefe para el manejo de las maquinas o instrumentos de trabajo, y
- j. Permanecer durante la jornada de trabajo en el sitio o lugar en donde debe desempeñar las labores siendo prohibido salvo orden superior, pasar al puesto de trabajo de otros compañeros.

**Parágrafo** Se deja expresamente establecido que los directores o trabajadores no pueden ser agentes de la seguridad pública, en los establecimientos o lugares de trabajo, ni intervenir en la

selección de personal de la policía ni darles ordenes, ni suministrarle alojamiento ni alimentación gratuitos, ni hacer dadas.

## **Capítulo X**

### **Obligaciones Especiales para la Sociedad y los Trabajadores**

**Art 41°** Son obligaciones especiales de la sociedad:

- a. Poner a disposición de los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario, los instrumentos adecuados y las materias primas necesarias para la realización de las labores.
- b. Procurar a los trabajadores locales apropiados y elementos adecuados de protección contra accidentes y enfermedades profesionales en forma que se garanticen razonablemente la seguridad y la salud.
- c. Prestar de inmediato los primeros auxilios en caso de accidentes o enfermedad, a este efecto el establecimiento mantendrá lo necesario según reglamentación de las autoridades sanitarias.
- d. Pagar la remuneración pactada en las condiciones, periodos y lugares convenidos.
- e. Guardar absoluto respeto a la dignidad personal del trabajador, sus creencias y sentimientos.
- f. Conceder al trabajador las licencias necesarias para los fines y en los términos indicados en el **Capítulo VII** de este reglamento.
- g. Dar al trabajador que lo solicite, a la expiración del contrato, una certificación en que conste el tiempo de servicio, índole de la labor y salario devengado, e igualmente si el trabajador lo solicita, hacerle practicar examen sanitario y darle certificación sobre el particular, si al ingreso o durante la permanencia en el trabajo hubiere sido sometido a examen médico. Se considera que el trabajador por su culpa eluda, dificulta o dilata el examen, cuando

transcurridos cinco (5) días a partir de su retiro no se presenta donde el medico respectivo para las practicas del examen, a pesar de haber recibido la orden correspondiente.

- h. Abrir y llevar al día los registros de horas extras y de trabajadores menores que ordena la ley.
- i. Conceder a las trabajadoras que estén en periodo de lactancia los descansos ordenados por el artículo 238 del código sustantivo del trabajo.
- j. Conservar el puesto de las empleadas que estén disfrutando de los descansos remunerados, a que se refiere el numeral anterior, o por licencia de enfermedad motivada en el embarazo o parto, no producirá efecto alguno el despido que el empleador comunique a la trabajadora en tales periodos o que, si acude a un preaviso, este expire durante los descansos o licencias mencionadas.
- k. Llevar un registro de inscripción de todas las personas menores de edad que emplee, con indicación de la fecha de nacimiento de las mismas.

Cumplir este reglamento y mantener el orden, la moralidad y el respeto a las leyes.

- l. Además de las obligaciones especiales a cargo del empleador, este garantizará el acceso del trabajador menor de edad a la capacitación laboral y concederá licencia no remunerada cuando la actividad escolar así lo requiera, será también obligación de su parte, afiliar al sistema de salud a todos los trabajadores menores de edad que laboren a su servicio, lo mismo que suministrarles cada cuatro (4) meses en forma gratuita, un par de zapatos y un vestido de labor, teniendo en cuenta que la remuneración mensual sea hasta dos veces el salario mínimo vigente de la sociedad.

**Art 42°** Son obligaciones especiales del trabajador:

- a. Realizar personalmente la labor en los términos estipulados; observar los preceptos de este

reglamento y acatar y cumplir las órdenes e instrucciones que de manera particular le imparta la empresa o sus representantes según el orden jerárquico establecido.

- b. No comunicar a terceros salvo autorización expresa las informaciones que sean de naturaleza reservada y cuya divulgación pueda ocasionar perjuicios a la sociedad, lo que no obsta para denunciar delitos comunes o violaciones del contrato o de las normas legales de trabajo ante las autoridades competentes.
- c. Conservar y restituir en buen estado, salvo deterioro natural, los instrumentos y útiles que les hayan facilitado y las materias primas sobrantes.
- d. Guardar rigurosamente la moral en las relaciones con sus superiores y compañeros.
- e. Comunicar oportunamente a la sociedad las observaciones que estimen conducentes a evitarle daños y perjuicios.
- f. Prestar la colaboración posible en caso de siniestro o riesgo inminentes que afecten o amenacen las personas o las cosas de la sociedad.
- g. Observar las medidas preventivas higiénicas prescritas por el médico de la empresa o por las autoridades del ramo y observar con suma diligencia y cuidados las instrucciones y ordenes preventivas de accidentes o de enfermedades profesionales.
- h. Registrar en las oficinas de la sociedad su domicilio y dirección y dar aviso oportuno de cualquier cambio que ocurra.

### **Prohibiciones Especiales para la Sociedad y los Trabajadores**

**Art 43°** Se prohíbe a la sociedad:

- a. Deducir, retener o compensar suma alguna del monto de los salarios y prestaciones en dinero

que corresponda a los trabajadores sin autorización previa de estos para cada caso y sin mandamiento judicial, con excepción de los siguientes:

- Respecto de salarios pueden hacerse deducciones, retenciones o compensaciones en los casos autorizados por los artículos 113, 150, 151, 152 y 400 del código sustantivo del trabajo;
  - Las cooperativas pueden ordenar retenciones hasta de cincuenta por ciento (50%) de salarios y prestaciones, para cubrir sus créditos, en forma y en los casos en que la ley los autorice;
  - En cuanto a la cesantía y las pensiones de jubilación, la empresa puede retener el valor respectivo en los casos de los artículos 250 y 274 del código sustantivo del trabajo.
- b. Obligar en cualquier forma a los trabajadores a comprar mercancías o víveres en almacenes que establezca la sociedad.
- c. Exigir o aceptar dinero del trabajador como gratificación para que se admita en el trabajo o por motivo cualquiera que se refiere a las condiciones de este.
- d. Limitar o presionar en cualquier forma a los trabajadores en ejercicio de sus derechos de asociación.
- e. Imponer a los trabajadores obligaciones de carácter religioso o político o dificultarles o impedirles el ejercicio del derecho al sufragio.
- f. Hacer o autorizar propaganda política en los sitios de trabajo.
- g. Hacer o permitir todo género de rifas, colectas o suscripciones en los mismos sitios.
- h. Emplear en las certificaciones de que trate el ordinal 7 del artículo 57 del código sustantivo del trabajo signos convencionales que tiendan a perjudicar a los interesados o adoptar el sistema de “lista negra”, cualquiera que sea la modalidad que se utilice para que no se ocupe

en otras empresas a trabajadores que se separen o sean separados de servicio.

- i. Cerrar intempestivamente la empresa. Si lo hiciera además de incurrir en sanciones legales deberá pagar a los trabajadores los salarios, prestaciones o indemnizaciones por el lapso que dure cerrada la empresa. Así mismo cuando se compruebe que el empleador en forma ilegal ha retenido o disminuido colectivamente los salarios a los trabajadores, la cesación de actividades de estos será imputable a aquel y les dará derecho a reclamar los salarios correspondientes al tiempo de suspensión de labores.
- j. Ejecutar o autorizar cualquier acto que vulnere o restrinja los derechos de los trabajadores o que ofenda su dignidad.
- k. Queda prohibido absolutamente despedir a trabajadoras menores de edad por motivo de embarazo, sin autorización de los funcionarios encargados de la vigilancia y control del trabajo de menores; el despido que se produjere en este estado y sin que medie la autorización prevista en el presente artículo no produce efecto alguno y acarreará las sanciones previstas en el numeral 3 del artículo 239 del código sustantivo de trabajo. Aumentados en una tercera parte.

**Art 44°** Se prohíbe a los trabajadores:

- a. Sustraer de la sociedad los útiles de trabajo sin el respectivo permiso.
- b. Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo influencia de narcótico o de drogas enervantes.
- c. Conservar armas de cualquier clase en el sitio de trabajo a excepción de las que con autorización legal puedan llevar los celadores.
- d. Faltar al trabajo sin justa causa de impedimento o sin permiso de la sociedad, excepto en los casos de huelga, en los cuales deben abandonar el lugar de trabajo.

- e. Disminuir intencionalmente el ritmo de ejecución del trabajo, suspender labores, promover suspensiones intempestivas del trabajo a incitar a su declaración o mantenimiento, sea que participe o no en ellas.
- f. Hacer colectas, rifas o suscripciones o cualquier otra clase de propaganda en los lugares de trabajo.
- g. Coartar la libertad para trabajar o no trabajar o para afiliarse o no a un sindicato o permanecer en el o retirarse
- h. Usar los útiles o herramientas suministradas por la sociedad en objetivos distintos del trabajo contratado.

## **Capítulo XI**

### **Escala de Faltas y Sanciones Disciplinarias**

**Art 45°** La sociedad no puede imponer a sus trabajadores sanciones no previstas en este reglamento, en pactos, convenciones colectivas, fallos arbitrales o en contrato de trabajo.

**Art 46°** Se establecen las siguientes clases de faltas leves y las correspondientes sanciones disciplinarias, así:

- a. El retardo hasta de quince (15) minutos en la hora de entrada sin excusa suficiente, cuando no cause perjuicio de consideración a la sociedad, implica por primera vez, llamado de atención verbal, por segunda vez llamado de atención por escrito, por tercera vez apertura de procesos disciplinario y suspensión en el trabajo por medio día laboral ya sea en la mañana o en la tarde según el turno en que ocurra y por cuarta vez suspensión en el trabajo de tres (3) días.
- b. La falta en el trabajo en la mañana, en la tarde o en el turno correspondiente, sin excusa suficiente cuando no causa perjuicio de consideración a la sociedad, implica por primera vez



suspensión en el trabajo hasta por tres (3) días y por segunda vez suspensión en el trabajo hasta por ocho (8) días.

- c. La falta total al trabajo durante el día sin excusa suficiente, cuando no cause perjuicio de consideración a la sociedad implica, por primera vez suspensión en el trabajo hasta por ocho (8) días y por segunda vez suspensión en el trabajo hasta por dos (2) meses, y
- d. La violación leve por parte del trabajador de las obligaciones contractuales o reglamentarias implica por primera vez, suspensión en el trabajo hasta por ocho (8) días y por segunda vez suspensión en el trabajo hasta por dos (2) meses.

**Parágrafo** La imposición de suspensión de trabajo no impide que la sociedad prescinda del pago del salario correspondiente al tiempo dejado de trabajar.

**Art 47°** La sociedad no causara ningún tipo de multa hacia el empleado que incurra en una falta leve.

**Art 61°** Constituyen faltas graves:

- a. El retardo de hasta 15 minutos en la hora de entrada al trabajo sin excusa suficiente, por quinta vez.
- b. La falta total del trabajador en la mañana o en el turno correspondiente, sin excusa suficiente, por tercera vez.
- c. La falta total del trabajador a sus labores durante el día sin excusa suficiente, por tercera vez, y
- d. Violación grave por parte del trabajador de las obligaciones contractuales y reglamentarias.

## **Procedimiento para Comprobación de Faltas y Formas de Aplicación de las Sanciones Disciplinarias**

**Art 48°** Antes de aplicarse una sanción disciplinaria, el empleador deberá oír al trabajador inculcado directamente. En todo caso se dejará constancia escrita de los hechos y de la decisión de la empresa de imponer o no, la sanción definitiva.

**Art 49°** No producirá efecto alguno la sanción disciplinaria impuesta con violación del trámite señalado en el anterior artículo.

## **Capitulo XII**

### **Justas Causas de Terminación Unilateral del Contrato de Trabajo**

**Art 50°** Son justas causas para dar por terminado unilateralmente el contrato de trabajo las indicadas en artículo 7 del decreto 2351, a saber:

#### **Por Parte del Empleador**

- a. El haber sufrido engaño por parte del trabajador, mediante la presentación de certificados falsos para su admisión o tendientes a obtener un provecho indebido.
- b. Todo acto de violencia, injuria, malos tratamientos o grave indisciplina en que incurra el trabajador en sus labores, contra el {empleador}, los miembros de su familia, el personal directivo o los compañeros de trabajo.
- c. Todo acto grave de violencia, injuria o malos tratamientos en que incurra el trabajador fuera del servicio, en contra del {empleador}, de los miembros de su familia o de sus representantes y socios, jefes de taller, vigilantes o celadores.
- d. Todo daño material causado intencionalmente a los edificios, obras, maquinarias y materias primas, instrumentos y demás objetos relacionados con el trabajo, y toda grave negligencia

que ponga en peligro la seguridad de las personas o de las cosas.

- e. Todo acto inmoral o delictuoso que el trabajador cometa en el taller, establecimiento o lugar de trabajo o en el desempeño de sus labores.
- f. Cualquier violación grave de las obligaciones o prohibiciones especiales que incumben al trabajador de acuerdo con los artículos 58 y 60 del Código Sustantivo del Trabajo, o cualquier falta grave calificada como tal en pactos o convenciones colectivas, fallos arbitrales, contratos individuales o reglamentos.
- g. La detención preventiva del trabajador por más de treinta (30) días, a menos que posteriormente sea absuelto; o el arresto correccional que exceda de ocho (8) días, o aun por tiempo menor, cuando la causa de la sanción sea suficiente por sí misma para justificar la extinción del contrato.
- h. El que el trabajador revele los secretos técnicos o comerciales o dé a conocer asuntos de carácter reservado, con perjuicio de la empresa.
- i. El deficiente rendimiento en el trabajo en relación con la capacidad del trabajador y con el rendimiento promedio en labores análogas, cuando no se corrija en un plazo razonable a pesar del requerimiento del {empleador}.
- j. La sistemática inejecución, sin razones válidas, por parte del trabajador, de las obligaciones convencionales o legales.
- k. Todo vicio del trabajador que perturbe la disciplina del establecimiento.
- l. La renuencia sistemática del trabajador a aceptar las medidas preventivas, profilácticas o curativas, prescritas por el médico del {empleador} o por las autoridades para evitar enfermedades o accidentes.

- m. La ineptitud del trabajador para realizar la labor encomendada.
- n. El reconocimiento al trabajador de la pensión de la jubilación o invalidez estando al servicio de la empresa.
- o. La enfermedad contagiosa o crónica del trabajador, que no tenga carácter de profesional, así como cualquiera otra enfermedad o lesión que lo incapacite para el trabajo, cuya curación no haya sido posible durante ciento ochenta (180) días. El despido por esta causa no podrá efectuarse sino al vencimiento de dicho lapso y no exime al {empleador} de las prestaciones e indemnizaciones legales y convencionales derivadas de la enfermedad.

En los casos de los numerales 9 a 15 de este artículo, para la terminación del contrato, el {empleador} deberá dar aviso al trabajador con anticipación no menor de quince (15) días.

**Por Parte del Trabajador:**

- a. El haber sufrido engaño por parte del {empleador}, respecto de las condiciones de trabajo.
- b. Todo acto de violencia, malos tratamientos o amenazas graves inferidas por el {empleador} contra el trabajador o los miembros de su familia, dentro o fuera del servicio, o inferidas dentro del servicio por los parientes, representantes o dependientes del {empleador} con el consentimiento o la tolerancia de éste.
- c. Cualquier acto del {empleador} o de sus representantes que induzca al trabajador a cometer un acto ilícito o contrario a sus convicciones políticas o religiosas.
- d. Todas las circunstancias que el trabajador no pueda prever al celebrar el contrato, y que pongan en peligro su seguridad o su salud, y que el {empleador} no se allane a modificar.
- e. Todo perjuicio causado maliciosamente por el {empleador} al trabajador en la prestación del servicio.

- f. El incumplimiento sistemático sin razones válidas por parte del {empleador}, de sus obligaciones convencionales o legales.
- g. La exigencia del {empleador}, sin razones válidas, de la prestación de un servicio distinto, o en lugares diversos de aquél para el cual se le contrató, y
- h. Cualquier violación grave de las obligaciones o prohibiciones que incumben al empleador, de acuerdo con los artículos 57 y 59 del Código Sustantivo del Trabajo, o cualquier falta grave calificada como tal en pactos o convenciones colectivas, fallos arbitrales, contratos individuales o reglamentos.

**Parágrafo 1.** La parte que termina unilateralmente el contrato de trabajo debe manifestar a la otra, en el momento de la extinción, la causal o motivo de esa determinación. Posteriormente no pueden alegarse válidamente causales o motivos distintos.

**Art 51°** Fuera de los anteriores son también justas causas para dar por terminado el contrato de trabajo por parte del patrono.

- a. El retardo hasta de quince (15) minutos a la hora de entrada, sin excusa suficiente, por sexta (6ª) vez.
- b. La falta total del trabajador en la mañana o en la tarde, o en el turno correspondiente, sin excusa suficiente, por sexta (6ª) vez.
- c. La falta total del trabajador a sus labores durante el día sin excusa suficiente por tercera vez.
- d. La violación por parte del trabajador de las obligaciones contractuales o reglamentarias por tercera vez.

### **Capítulo XIII**

#### **Reclamos: Personas Ante Quienes Deben Presentarse y su Tramitación**

**Art 52°** Los reclamos de los trabajadores se harán ante el Gerente quien los oirá y resolverá en justicia y con equidad.

### **Capítulo XIV**

#### **Publicaciones**

**Art 53°** Dentro de los quince (15) días siguientes a la de la notificación de la resolución aprobatoria del presente reglamento, el empleador debe publicarlo en el lugar de trabajo, mediante la fijación de dos (2) copias de caracteres legibles, en dos (2) sitios distintos. Si hubiere varios lugares de trabajo separados, la fijación debe hacerse en cada uno de ellos. Con el reglamento debe fijarse la resolución aprobatoria.

### **Capítulo XV**

#### **Vigencia**

**Art 54°** El presente reglamento entrara a regir ocho (8) días después de su publicación hecha en la forma prescrita en el artículo anterior de este reglamento.

### **Capítulo XVI**

#### **Disposiciones Finales**

**Art 55°** Desde la fecha que entra en vigor este reglamento, quedan suspendidas las disposiciones anteriores que antes de esta fecha, hayan tenido vigencia ya que en este se contiene las disposiciones vigentes, este reglamento está sometido a cualquier actualización o modificación que la Ley lo ordene.

## Capítulo XVII

### Clausulas Ineficaces

**Art 56°** No producirá ningún efecto las cláusulas del reglamento que desmejoren las condiciones del trabajador en relación con lo establecido en las leyes, contratos individuales, pactos convenciones colectivas o fallos arbitrales los cuales sustituyen las disposiciones del reglamento en cuanto fueren más favorables al trabajador

#### 2.4.2 Reglamento de higiene y seguridad industrial

Información General de la Empresa	
Razón Social:	URCUNINA WAU S.A.S
Código de la CIIU	1410
Actividad:	
Teléfonos:	3158495088 - 3118405032
Municipio:	Pasto
Departamento:	Nariño
Nombre de la A.R.L.	Seguros de riesgos laborales suramericana
Actividad Económica:	Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel
Clase y grado de riesgo asignado por la A.R.L:	Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel (Se describe la actividad económica de la empresa, de acuerdo con el decreto 1607 de 2002: Actividades económicas según el nivel de riesgos profesionales-hoy laborales)
Código de la Actividad Económica:	1 1810 01

El Reglamento de Higiene y Seguridad Industrial es un documento técnico que hace parte de las exigencias legales colombianas en el contexto del Sistema General de Riesgos Laborales y la implementación del Sistema de Gestión de la Seguridad y la Salud en el Trabajo.

A partir del primero de AGOSTO de 2023, se adopta el presente Reglamento de Higiene y

Seguridad Industrial que registró para **URCUNINA WAU**, el cual fue elaborado y aprobado por la gerencia, conforme a la normatividad vigente en materia de Seguridad y Salud en el Trabajo, fue dado a conocer al Consejo de Administración en reunión 20 de abril de 2023 tal como consta en acta; es de obligatorio cumplimiento tanto para la empresa como para los trabajadores y se registró por los siguientes artículos:

**Artículo Uno:** **URCUNINA WAU** se compromete a dar cumplimiento a las disposiciones legales vigentes, tendientes a garantizar los mecanismos que aseguren una adecuada y oportuna prevención de los accidentes laborales y enfermedades laborales, de conformidad con los artículos 34, 57, 58, 108, 205,206,217,220,221,282,283,348,349,350 y 351 del Código Sustantivo del Trabajo, la Ley 1562 del 2012, la Ley 9ª de 1979, la Resolución 2400 de 1979, el Decreto 614 de 1984, la Resolución 2013 de 1986, la Resolución 1016 de 1989, la Resolución 6398 de 1991, el **Decreto 1072 de 2015, el Decreto 052 de 2017 y demás normas que con tal fin se establezcan.**

**Artículo Dos:** **URCUNINA WAU** se obliga a promover y garantizar la designación, constitución y asignación de funciones del **Vigía de Seguridad y Salud en el Trabajo**, de conformidad con lo establecido por el Decreto 614 de 1984, Resolución 2013 de 1986 y Resolución 1016 de 1989 y la Ley 1562 del 2012.

**Artículo Tres:** **URCUNINA WAU** se compromete a destinar los recursos necesarios para desarrollar actividades permanentes, de conformidad con el Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo, elaborado de acuerdo con el Decreto 1072 de 2015, el cual contempla entre otros, los siguientes aspectos como medidas de prevención y control:

**Artículo 2.2.4.6.24.** Medidas de prevención y control. Las medidas de prevención y control deben adoptarse con base en el análisis de pertinencia, teniendo en cuenta el siguiente esquema de jerarquización.

1. **Eliminación del peligro/riesgos:** Medidas que se toman para suprimir (hacer desaparecer) el peligro/riesgos.
2. **Sustitución de Peligros/Riesgos:** Medidas que se toman a fin de reemplazar un peligro por



otro que no genere riesgo o que genere menos riesgo.

3. **Controles de Ingeniería:** Medidas técnicas para el control del peligro/riesgo en su origen (fuente) o en el medio, tales como el confinamiento (encerramiento) de un peligro o un proceso de trabajo, aislamiento de un proceso peligroso o del trabajador y la ventilación (general y localizada), entre otros.
4. **Controles Administrativos:** Medidas que tienen como fin reducir el tiempo de exposición al peligro, tales como la rotación de personal, cambios en la duración o tipo de la jornada de trabajo. Incluyen también la señalización, advertencia, demarcación de zonas de riesgo, implementación de sistemas de alarma, diseño e implementación de procedimientos y trabajos seguros, controles de acceso a áreas de riesgo, permisos de trabajo, entre otros.
5. **Equipos y Elementos de Protección Personal y Colectivo:** Medidas basadas en el uso de dispositivos, accesorios y vestimentas por parte de los trabajadores, con el fin de protegerlos contra posibles daños a su salud o su integridad física derivados de la exposición a los peligros en el lugar de trabajo. El empleador deberá suministrar elementos y equipos de protección personal (EPP) que cumplan con las disposiciones legales vigentes. Los EPP deben usarse de manera complementaria a las anteriores medidas de control y nunca de manera aislada, y de acuerdo con la identificación de peligros y evaluación y valoración de los riesgos.

**Parágrafo 1.** El empleador debe suministrar los equipos y elementos de protección personal (EPP) sin ningún costo para el trabajador e igualmente debe desarrollar las acciones necesarias para que sean utilizados por los trabajadores, para que estos conozcan el deber y la forma correcta de utilizarlos y para que el mantenimiento o reemplazo de los mismos se haga de forma tal, que se asegure su buen funcionamiento y recambio según vida útil para la protección de los trabajadores.

**Parágrafo 2.** El empleador o contratante debe realizar el mantenimiento de las instalaciones, equipos y herramientas de acuerdo con los informes de inspecciones y con sujeción a los manuales de uso.

**Parágrafo 3.** El empleador debe desarrollar acciones de vigilancia de la salud de los trabajadores mediante las evaluaciones médicas de ingreso, periódicas, retiro y los programas de

vigilancia epidemiológica, con el propósito de identificar precozmente efectos hacia la salud derivados de los ambientes de trabajo y evaluar la eficacia de las medidas de prevención y control.

**Parágrafo 4.** El empleador o contratante debe corregir las condiciones inseguras que se presenten en el lugar de trabajo, de acuerdo con las condiciones específicas y riesgos asociados a la tarea.”

**Artículo Cuatro:** Los peligros existentes en la empresa están constituidos, principalmente por:

**Tabla 27**

*Condiciones de Higiene*

Condiciones de Higiene		
Factor de Peligro Químicos		Contacto con Sustancias Químicas (Uso de productos de limpieza y desinfectantes)
Factor de Peligro Físicos		Iluminación (Deficiencia en la iluminación o exceso en la misma. Deslumbramiento por destello en superficies brillantes)
Factor de Peligro Biológicos		Microorganismos / Exposición A Virus, Hongos, Bacterias. (Posible presencia de microorganismos causantes de virosis o enfermedades infectocontagiosas) Macroorganismos (Posible presencia de insectos como Sancudos, roedores, rastreros etc.)
Factor de Peligro Bio-Mecánicos		Posiciones Prolongadas en Posición Sedente. (La labor requiere de largos periodos de trabajo sentado) Movimientos Repetitivos Miembros Superiores (Digitación y manejo del mouse) HIPEREXTENSIONES (Movimientos de extensión total de articulaciones principalmente de miembros superiores al alcanzar elementos de archivo, cajones de trabajo) Adopción de Posturas Inadecuadas. (Por uso incorrecto de sillas de trabajo, no uso de reposapiés, levantamiento o manipulación de peso

<b>Condiciones de Higiene</b>	
	inferior a 20 Kg sin hacer uso de higiene postural. Posiciones forzadas para alcanzar planos de trabajo como teclado o mouse)
	Manipulación de Cargas (Levantar, transportar, empujar, halar elementos con pesos superiores a 10 kg, principalmente cajas con archivo y cultivos)
Factor de Peligro Psicosociales	Repetitividad y Monotonía (Organización de tareas funcionales)
	Condiciones de la Tarea (Tiempos de entrega y cumplimiento de tareas, presión)
	Relaciones Interpersonales, Intra y Extra Laborales (Trato y entendimiento con compañeros, jefes y público en general, factores familiares y personales)

**Tabla 28**

*Condiciones de Seguridad*

<b>Condiciones de Seguridad</b>	
Factor de Peligro Locativos	Superficies de Trabajo, Desnivel, Superficies Resbalosas. (Pasillos, escaleras sin señalizar sin pasamanos y pisos en general)
	Condiciones de Orden y Limpieza. (Posibles regueros, posibles elementos obstruyendo el paso, cables sueltos)
	Condiciones de Almacenamiento. (Cajas con archivo archivadas en partes altas, espacio de almacenamiento y archivo insuficiente)
Factor de Peligro Mecánico	Proyección de Partículas (Posible presencia de polvos o residuos fragmentos u objetos como ganchos cosedora, que se pueden proyectar principalmente al archivar o manipular papelería o realizar labores de limpieza o mantenimiento)
	Golpe por o Contra /Objeto o Utensilios. (Golpes con escritorios, cajones, archivadores, puertas y en general elementos de oficina como tijeras, cosedoras, saca ganchos etc.
	Caída al Mismo Nivel (Resbalar o caer por posibles pisos en desnivel,

<b>Condiciones de Seguridad</b>		
		pisos lisos y superficies irregulares)
		Atrapamientos (Manipulación de elementos de oficina como cosedoras, perforadoras, impresoras, máquina de escribir, cajones y archivadores, puertas y ventanas)
		Contacto con Superficies Calientes. (Contacto directo e indirecto con superficies calientes de la greca o cafetera)
		Contacto con Elementos Cortopunzantes. (Manipulación de elementos de oficina como tijeras, saca gachos, bisturí etc.)
Factor de Riesgo Eléctrico		Contacto Directo E Indirecto con Baja Tensión. (Presencia de equipos que funcionan con electricidad, toma corrientes y cableados eléctricos)
Factor de Riesgo Físico-Químicos (Tecnológico)		Incendios (Posible evento generado por corto circuito y presencia de elementos combustibles como papel, cartón y madera)
Factor de Riesgo Tránsito		Colisiones, Atropellamientos, Volcamientos (Posibles eventos al momento de realizar labores de mensajería)
Factor de Peligro Públicos		Atracos, Atentados, Hurto, Desorden Público (Posibles eventos al interior o al exterior de la Cooperativa)
Factor de Peligro por Fenómenos Naturales		Sismos, Terremoto, Vendaval, Precipitaciones (Lluvia, granizadas) (Posibles eventos de acuerdo con las características geográficas de la región).

**Parágrafo** A efecto de que los riesgos contemplados en el presente artículo, no se traduzcan en accidentes de trabajo o enfermedades laborales, la cooperativa ejerce su control en la fuente, en el medio transmisor y en el trabajador, de conformidad con lo estipulado en el sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo de la empresa, el cual se da a conocer a todos los trabajadores al servicio de ella.

**Artículo Cinco:** URCUNINA WAU y sus trabajadores darán estricto cumplimiento a las disposiciones legales, así como a las normas técnicas e internas que se adopten para lograr la implantación de las actividades de Medicina Preventiva y del Trabajo, Higiene y Seguridad

Industrial, que sean concordantes con el presente reglamento y con el sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo de la empresa.

**Artículo Seis:** URCUNINA WAU ha implementado un proceso de inducción, reinducción y reintegro laboral del trabajador a las actividades que deba desempeñar, capacitándolo respecto a las medidas de prevención y seguridad que exija el medio ambiente laboral y el trabajo específico que vaya a realizar cada trabajador.

**Artículo Siete:** Este reglamento permanecerá exhibido en un lugar visible de la oficina donde funciona la Cooperativa y su contenido ha sido dado a conocer a todos los trabajadores. Igualmente deberá hacerse cuando se vinculen nuevos trabajadores, en el momento de su ingreso.

**Artículo Ocho:** El presente reglamento entra en vigencia a partir de su firma por parte del Representante Legal, bajo las condiciones existentes en el momento de su aprobación, tales como actividad económica, métodos de producción, instalaciones locativas, matriz de riesgos y peligros, políticas, objetivos y metas de SG/SST. Se harán las modificaciones o adiciones que se consideren necesarias, cuando se dicten nuevas disposiciones gubernamentales que lo ameriten o cuando las circunstancias o condiciones propias de URCUNINA WAU así lo requieran.

Para constancia se firma en Pasto, el día \_\_\_\_ del mes de \_\_\_\_\_ del año \_\_\_\_\_

---

**Gerente - Representante Legal URCUNINA WAU S.A.S**

### ***2.4.3 Reglamento de salud ocupacional***

#### **Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo**

##### **Descripción general.**

El trabajo es una actividad que desarrollan las personas para satisfacer sus necesidades básicas

y obtener unas condiciones de vida acordes a la dignidad humana y de esta manera poder realizarse como persona, tanto física, social e intelectual.

Para poder desarrollar un trabajo es necesario estar en buenas condiciones de salud, hay que tener en cuenta que dicho trabajo en muchas ocasiones contribuye a deteriorar el estado de salud de las personas esto a consecuencia de las inadecuadas condiciones en las que se está elaborando.

Al mejorar las condiciones de trabajo, se preservan las condiciones de salud lo que conlleva al bienestar del trabajador y a un aumento de producción a nivel empresarial.

La salud ocupacional es una responsabilidad de todos los integrantes de la compañía los cuales con su comportamiento de auto cuidado en salud posibilitan la prevención del riesgo laboral, es decir impedir la ocurrencia del accidente de trabajo y la exposición del factor del riesgo y desarrollo de la enfermedad profesional. Del mismo modo contribuyen al control total de perdidas con respecto a la salud del trabajador sino sobre el medio ambiente y los activos de la compañía ya sean materiales, equipos o instalaciones. **URCUNINA WAU S.A.S.** Consciente y comprometido con la responsabilidad moral y legal sobre las condiciones de trabajo y salud de sus trabajadores como motor del desarrollo económico y social, implementara su SISTEMA DE GESTION DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO. Con la finalidad de controlar los riesgos que puedan alterar la salud de sus trabajadores y el proceso productivo.

## **Objetivos**

### **Objetivo general.**

Garantizar condiciones de trabajo seguras y saludables en el desarrollo de las actividades productivas de la compañía, a través de la promoción de la salud y de la identificación, evaluación y control de los riesgos ocupacionales, con el motivo de evitar la presentación de accidentes de trabajo y de enfermedades laborales y otras situaciones que afecten la calidad de vida de los trabajadores.

### **Objetivos específicos.**

- Responder de manera oportuna y efectiva ante situaciones de emergencia o accidentes que resulten en el desarrollo de operaciones.
- Ubicar y mantener a los trabajadores en ocupaciones que puedan desempeñar eficientemente sin poner en riesgo su integridad física ni la de sus compañeros de acuerdo a sus aptitudes físicas y psicológicas.
- Asegurar la identificación, evaluación e intervención de los diferentes factores de riesgo y peligros significativos para la salud de los trabajadores.

### **Marco de referencia**

1979: Ley 9, código sanitario Nacional.

1979: Resolución 2400, estatuto seguridad industrial.

1984: Decreto 614, plan nacional de SST.

1986: Resolución 2013, comité paritario de SST.

1989: Resolución 1016, reglamenta los programas de SST en las empresas.

1992: Resolución 1075, prevención del fármaco dependencia, alcoholismo y tabaquismo en el trabajo.

1994: Decreto Ley 1295, sistema general de riesgos laborales.

1997: Ley 361, integración laboral a personas discapacitadas.

2002: Decreto 917, manual único de calificación invalidez.

2003: Ley 797, reforma al sistema general de pensiones.

2003: Ley 828, control a la evasión del sistema de seguridad social.

2003: Decreto 2090, define las actividades de alto riesgo y modifica su régimen de pensiones.

2003: Decreto 2800, reglamenta la afiliación de los independientes al sistema de riesgos laborales.

2003: Ley 860, requisitos para obtener la pensión de invalidez.

2004: Circular unificada del ministerio de protección social, instrucciones al empleador y a las administradoras de riesgos laborales.

2005: Resolución 1570, sistema de información único para registro de ATEP en las empresas, ARP, EPS.

2005: Resolución 0156, se adoptan los formatos de informe de accidente de trabajo y enfermedad profesional.

2006: Ley 1010, definición, constitución y sanciones acoso laboral.

2007: Resolución 1401, procedimientos legales para investigación y reporte de los accidentes de trabajo.

2007: Resolución 2844, Guías de atención integral en SST.

2007: Resolución 2646, programa empresarial riesgo psicosocial.

2008: Resolución 1013, Guías de atención integral en SST.

2009: Resolución 1918, practica de las evaluaciones medicas ocupacionales y la guarda, archivo y custodia de estas.

2009: Decreto 2566, Adopta tabla enfermedades ocupacionales.

2013: Resolución 2087, afiliación de independientes.

## **Organización del sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo.**

### **Responsabilidades del empleador.**

URCUNINA WAU S.A.S, está obligado a la protección de la seguridad y la salud de sus colaboradores, acorde a la normatividad vigente.

- Definir, firmar y divulgar la política de seguridad y salud en el trabajo por escrito.
- Por medio de memorandos internos se comunicará las responsabilidades específicas en seguridad y salud en el trabajo a todas las áreas de trabajo.
- Estar al día con el pago de administradora de riesgos laborales de todos sus colaboradores.
- Notificar a la ARL: los accidentes y las enfermedades de carácter laboral.

### **Responsabilidades de los trabajadores.**

- Intervenir y participar en el diseño de una política que sea aplicable y practica para la



empresa.

- Procurar el cuidado de su salud.
- Observar y acatar las normas y reglamentos de SST de la empresa.
- Conservar en orden y aseo los lugares de trabajo, lugares comunes, las herramientas y los equipos.
- Informar toda condición peligrosa o practicas inseguras y hacer sugerencias para prevenir o controlar los factores de riesgo.
- Participar en las actividades de capacitación en seguridad y salud en el trabajo definido en el plan de capacitación del SG-SST.

#### **Responsabilidades del vigía en seguridad y salud en el trabajo.**

- Proponer y participar en actividades de SST dirigidas a trabajadores y directivos.
- Vigilar el desarrollo y cumplimiento de las actividades dirigidas al ambiente y al trabajador que debe realizar la empresa de acuerdo con los factores de riesgo y sugerir las medidas correctivas y de control.
- Servir como organismo de coordinación entre el empleador y los trabajadores en la solución de los problemas relativos a la SST.
- Participar en el análisis de las causas de los accidentes de trabajo y enfermedades laborales y proponer al empleador las medidas correctivas a que haya lugar para evitar su ocurrencia.
- Modificar el reglamento de SST de acuerdo con las nuevas disposiciones legales que vayan surgiendo.

#### ***2.4.4 Constitución legal de la empresa***

La constitución de la empresa tendrá una naturaleza de persona jurídica ya que se considera que es la más conveniente para la puesta en marcha del negocio, el tipo de sociedad que se tiene a consideración es una Sociedad por Acciones Simplificada, de acuerdo con la Ley 1258 de 2008, se puede constituir por una o varias personas ya sean naturales o jurídicas, a los cuales se les atribuye una responsabilidad hasta el monto de sus aportes es decir sus accionistas no serán responsables por obligaciones laborales, tributarias o cualquier otra en que incurra la sociedad.

### **Pasos para constituir una empresa.**

1. Certificado de homonimia, verificar que el nombre de la empresa no se encuentre registrado en ninguna cámara de comercio.
2. Identificar la actividad, código CIU.
3. Elaborar documento privado de constitución de la sociedad- S.A.S.
4. Presentar el acta de constitución y los estatutos de la sociedad ante una notaría.
5. Inscribir la sociedad y el establecimiento de comercio en el registro único mercantil en la cámara de comercio de Nariño.
6. Diligenciar registro único tributario.
7. Diligenciar registro único empresarial.
8. Certificado CAE. Con el cual se adelantan tramites con otras entidades.
9. Obtener número de identificación tributaria.
10. Abrir una cuenta bancaria y depositar el total del capital social.
11. Inscribir balance e información financiera firmada por Contador Público.
12. inscribirse ante la administración de impuestos.
13. Inscribir empresa ante caja de compensación familiar, SENA e ICBF.
14. Inscribir empresa ante una administradora de riesgos laborales.
15. Inscribir empleados al sistema de pensiones.
16. Inscribir empleados al sistema nacional de salud.
17. Concepto técnico de seguridad humana y protección contra incendios
18. Licencia de funcionamiento
19. Certificado de bomberos.
20. Informar ficha catastral y área en metros cuadrados del lugar donde funciona el establecimiento de comercio.
21. Notificar apertura de establecimiento comercial a planeación Municipal.

Cabe resaltar que se constituyó como S.A.S, debido a que el proceso es más ágil e implica menores costos, el cual genera más facilidad aquellos emprendedores, dando credibilidad de su idea de negocio.

Ahora las obligaciones tributarias de un tipo societario S.A.S son las siguientes:

- Llevar contabilidad según las NIIF
- Reporte de información exógena.
- Agentes de retención en la fuente
- Responsables de IVA
- Responsables de impuesto de industria y comercio
- Obligadas a expedir factura electrónica
- Obligadas a emitir nómina electrónica
- Reporte de beneficiarios finales

Es importante tener en cuenta que si supera ciertos montos estipulados en el estatuto tributaria la empresa va a estar obligada a cumplir otras obligaciones.

## **2.5 Plan financiero**

### ***2.5.1 Estudio económico***

Un estudio económico desempeña un papel fundamental al revelar la viabilidad financiera de una organización y, al mismo tiempo, evaluar su impacto desde una perspectiva financiera. Para llevar a cabo un estudio económico adecuado, es esencial analizar diversos factores que surgen de la operación de la entidad. Esto implica la creación de presupuestos detallados que aborden ingresos, gastos, costos e inversiones, así como la generación de proyecciones basadas en encuestas que identifican la oferta y demanda en el mercado.

A partir de las proyecciones y presupuestos resultantes, se pueden calcular una serie de indicadores financieros clave que ofrecen información valiosa. Estos indicadores incluyen el Valor Presente Neto (VPN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), la relación costo-beneficio, análisis de sensibilidad y riesgo. La recopilación y el análisis de estos datos tienen un objetivo claro: evaluar la viabilidad y rentabilidad del plan de negocio actual.

En resumen, un estudio económico permite tomar decisiones informadas al proporcionar una visión clara de las perspectivas financieras de la entidad. Al considerar factores como los presupuestos, proyecciones y los indicadores financieros mencionados, se puede determinar si el plan de negocio actual es sostenible y rentable a largo plazo, lo que es esencial para la toma de decisiones estratégicas.

### 2.5.2 Determinación de inversiones

En la determinación de inversiones iniciales se ven integradas por inversiones fijas e inversiones diferidas.

Los precios de estas inversiones fueron tomadas del plan de operaciones durante el proceso de identificación de las necesidades y requerimientos para cumplir con las exigencias de producción y comercialización.

**Inversiones fijas:** están compuestas por la propiedad planta y equipo e intangibles que incluyen: muebles y enseres, equipo de computación y comunicación, equipo de oficina, maquinaria y equipo.

Área administrativa:

**Tabla 29**

*Inversiones fijas área administrativa*

Muebles y enseres			
Unidades	Características	Precio unitario	Valor total
2	Escritorio de Oficina con Repisas en MDP 120 cm Astana	\$ 250.000	\$ 500.000
1	Escritorio gerencial	\$ 600.000	\$ 600.000
3	Sillas giratorias	\$ 200.000	\$ 600.000

1	Estante Metálico 4 Niveles 30x60x90 Blanco	\$ 190.000	\$ 190.000
		Total, muebles y enseres \$ 1.890.000	
<b>Equipo de computación y comunicación</b>			
2	Computador Dual Core 16400	\$ 1.300.000	\$ 2.600.000
1	Teléfono fijo	\$ 70.000	\$ 70.000
		Total, muebles y enseres \$ 2.670.000	
<b>Equipo de oficina</b>			
1	Fotocopiadora impresora Multifuncional G2101 Canon	\$ 566.000	\$ 566.000

Total, inversión en propiedad, planta y equipo para área administrativa: \$5'126.000

Área de ventas

**Tabla 30**

*Inversiones fijas área de ventas*

<b>Muebles y enseres</b>			
<b>Unidades</b>	<b>Características</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Valor total</b>
3	Vitrina Tubo aluminio de 1/4 de círculo de 1 1/2 pulgada. 60 cm alto x 110 cm frente x 40 cm fondo	\$ 650.000	\$ 1.950.000
1	Perchero de ropa 0,55 x 1,80	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
1	Mueble para caja registradora 3 cajones, 1 cajón con llave	\$ 600.000	\$ 600.000
1	Espejo 1,30m x 0,80m	\$ 300.000	\$ 300.000
		Total, muebles y enseres \$ 4.050.000	
<b>Equipo de computación y comunicación</b>			
1	Computador Laptop Asus X415EA gris 14", Intel Core i3 1115G4 12GB de RAM 256GB SSD	\$ 1.436.000	\$ 1.436.000
<b>Eq. De oficina</b>			
1	Caja registradora Serial y ps2	\$ 700.000	\$ 700.000

Total, inversión propiedad planta y equipo área de ventas: \$ 6.186.000

Área de producción:

**Tabla 31**

*Inversiones fijas área de producción*

Muebles y enseres			
Unidades	Características	Precio unitario	Valor total
1	Mesa de dibujo 60cm x 1m	\$ 500.000	\$ 500.000
1	Silla giratoria	\$ 200.000	\$ 200.000
1	Escritorio Moderno de Oficina con Repisas en MDP 120 cm Astana	\$ 250.000	\$ 250.000
5	Sillas plásticas	\$ 25.000	\$ 125.000
1	Mesa de corte 1,8m x 1,20m	\$ 300.000	\$ 300.000
2	Estante de madera	\$ 280.000	\$ 560.000
1	Repisa para hilos de madera 120 puestos	\$ 300.000	\$ 300.000
Total, muebles y enseres			2.235.000
Equipo de computación y comunicación			
1	Computador Dual Core 16400	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000
Maquinaria y equipo			
1	Maquina cortadora 4 pulgadas Kingter	\$ 350.000	\$ 350.000
3	Maquina fileteadora Kanse 757f 5 K	\$ 1.700.000	\$ 5.100.000
1	Maquina troqueladora manual inc. Troqueles	\$ 450.000	\$ 450.000
2	Maquina plana Zoje A6000	\$ 1.200.000	\$ 2.400.000
1	Plancha a vapor Kalley	\$ 70.000	\$ 70.000
Total, maquinaria y equipo			\$ 8.370.000

Total, inversión propiedad planta y equipo en área de producción: \$11.705.000

De acuerdo lo anterior, el total de inversión para propiedad, planta y equipo es la siguiente:

**Tabla 32***Total de inversiones fijas*

<b>Propiedad, planta y equipo</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Valor total</b>
Muebles y enseres	\$ 8.175.000
Equipo de computación y comunicación	\$ 5.206.000
Equipo de oficina	\$ 1.266.000
Maquinaria y equipo	\$ 8.370.000
<b>Total, propiedad planta y equipo</b>	<b>\$ 23.017.000</b>

Siendo el total de inversión de propiedad planta y equipo de \$23.017.000

Después de identificar los activos de propiedad, planta y equipo de "Urcunica wau", se procede a calcular su depreciación. La empresa por política contable ha optado por el método de depreciación por línea recta, con un valor de salvamento del 10% para la maquinaria y equipo, esto significa que al final de la vida útil estimada de los activos, se espera que aún conserven el 10% de su valor original.

Este enfoque se elige para una distribución uniforme del costo de los activos durante su vida útil, y permite reflejar la disminución gradual de su valor en los estados financieros.

**Tabla 33***Gastos por depreciación*

<b>Concepto</b>	<b>Valor de compra</b>	<b>Valor de salvamento</b>	<b>Base para depreciación</b>	<b>Vida útil</b>	<b>Depreciación anual</b>	<b>Valor a 5 años</b>
<b>Gasto de administración</b>						
Muebles y enseres	\$ 1.890.000	\$ -	\$ 1.890.000	10	\$ 189.000	\$ 945.000

Equipo de computación y comunicación	\$ 2.670.000	\$ -	\$ 2.670.000	5	\$ 534.000	\$ -
Equipo de oficina	\$ 566.000	\$ -	\$ 566.000	10	\$ 56.600	\$ 283.000
Total, gasto de administración por depreciación					\$ 701.640	
<b>Gasto de ventas</b>						
Muebles y enseres	\$ 4.050.000	\$ -	\$ 4.050.000	10	\$ 405.000	\$ 2.025.000
Equipo de computación y comunicación	\$ 1.436.000	\$ -	\$ 1.436.000	5	\$ 287.200	\$ -
Equipo de oficina	\$ 700.000	\$ -	\$ 700.000	10	\$ 70.000	\$ 350.000
Total, gasto de ventas por depreciación					\$ 685.980	
<b>Costo de producción</b>						
Muebles y enseres	\$ 2.235.000	\$ -	\$ 2.235.000	10	\$ 223.500	\$ 1.117.500
Equipo de computación y comunicación	\$ 1.100.000	\$ -	\$ 1.100.000	5	\$ 220.000	\$ -
Maquinaria y equipo	\$ 8.370.000	\$ 837.000	\$ 7.533.000	10	\$ 753.300	\$ 3.766.500
Total, costo de producción por depreciación anual					\$ 1.196.800	

**Inversión diferida:** La empresa "Urcunina wau" requiere inversiones diferidas esenciales para iniciar sus operaciones. Estas inversiones incluyen activos intangibles que deben ser amortizados a lo largo del tiempo, como desarrollo de software personalizado, marcas, licencias, investigación y desarrollo, y capacitación del personal. Estos activos son fundamentales para el éxito de la empresa y cumplen con las regulaciones contables aplicables.



**Tabla 34***Inversión diferida*

Concepto	Valor
Bomberos	\$ 60.000
Registro Cámara de comercio	\$ 1.220.000
Matricula mercantil	\$ 1.102.000
Estudio técnico	\$ 1.500.000
Software contable	\$ 2.500.000
Diseño de página WEB	\$ 1.500.000
<b>Total</b>	<b>\$ 7.882.000</b>

Dado que la inversión diferida es susceptible de amortización, por lo que esta se va convirtiendo en un gasto durante los periodos subsiguientes, se calculan las siguientes amortizaciones:

**Tabla 35***Amortización de inversión diferida*

Concepto	Periodo de amortización	Amortización anual
Bomberos	1	\$ 60.000
Registro cámara de comercio	5	\$ 244.000
Matricula mercantil	1	\$ 1.102.000
Software contable	1	\$ 2.500.000
Estudio técnico	5	\$ 300.000
Diseño de página WEB	5	\$ 300.000
<b>Total</b>		<b>\$ 4.506.000</b>

**Capital de trabajo:**

Abarca los recursos necesarios para que la empresa opere antes de generar ingresos

significativos. Esto incluye la mano de obra, materia prima, insumos, materiales, servicios y otros gastos relacionados con su actividad. Estos recursos, al ser parte del activo corriente, deben estar disponibles a corto plazo. La gestión eficaz de este capital es crucial para garantizar la continuidad de las operaciones y cumplir con los compromisos financieros en momentos de ingresos limitados. Para el presente plan de negocios se estima que la empresa empezará a generar sus propios ingresos a partir del mes 3 del año 1, entonces el capital de trabajo deberá cubrir los dos primeros meses de operación. En este orden de ideas aquellos que hacen parte del capital de trabajo son:

**Tabla 36***Capital de trabajo*

<b>Concepto</b>	<b>Anual</b>	<b>Mensual</b>
Mat. prima modelo 1	\$ 17.359.880	\$ 1.446.657
Mat. prima modelo 2	\$ 17.739.025	\$ 1.478.252
Mat. prima modelo 3	\$ 44.646.362	\$ 3.720.530
Mat. prima modelo 4	\$ 15.750.205	\$ 1.312.517
Mat. prima modelo 5	\$ 18.289.833	\$ 1.524.153
Mat. prima modelo 6	\$ 25.795.999	\$ 2.149.667
Materiales e insumos	\$ 4.182.600	\$ 348.550
Mano de obra directa	\$ 36.251.387	\$ 3.020.949
Mano de obra indirecta	\$ 49.599.280	\$ 4.133.273
Mano de obra administrativa	\$ 51.960.545	\$ 4.330.045
Mano de obra de ventas	\$ 19.016.085	\$ 1.584.674
Arrendamiento	\$ 9.600.000	\$ 800.000
servicios públicos	\$ 1.920.000	\$ 160.000
Transportes y fletes	\$ 1.400.000	\$ 116.667
Etiquetado	\$ 5.200.000	\$ 433.333
Útiles	\$ 1.503.000	\$ 125.250
Servicio de diseño	\$ 1.200.000	\$ 100.000
Útiles, papelería y fotocopias	\$ 1.100.000	\$ 91.667

<b>Concepto</b>	<b>Anual</b>	<b>Mensual</b>
Trámites legales y asesoría jurídica	\$ 1.600.000	\$ 133.333
Elementos de aseo y cafetería	\$ 1.400.000	\$ 116.667
Asesoría financiera	\$ 5.400.000	\$ 450.000
Arrendamiento	\$ 550.000	\$ 45.833
Útiles, papelería y fotocopias	\$ 780.000	\$ 65.000
Publicidad	\$ 960.000	\$ 80.000
Depreciaciones	\$ 685.980	\$ 57.165
Amortizaciones	\$ 300.000	\$ 25.000
Envases y empaques	\$ 1.700.000	\$ 141.667
<b>Total</b>	<b>\$ 335.890.182</b>	<b>\$ 27.990.848</b>

**Inversión total:**

**Tabla 37**

*Total de inversión*

<b>Concepto</b>	<b>Valor inversión</b>	<b>% Proporción</b>
Inversión fija	\$ 23.017.000	26,49%
Inversión diferida	\$ 7.882.000	9,07%
Capital de trabajo	\$ 55.981.697	64,44%
<b>Total</b>	<b>\$ 86.880.697</b>	<b>100,00%</b>

El total de inversión requerida para el plan de negocios es de \$86.880.697

**Financiamiento del plan de negocios**

Para cumplir con el total de inversión requerida el patrimonio de la entidad estará conformado de la siguiente forma, los aportes de los socios aportarán el 65,47% de la inversión requerida, se financiará el 34,53% así:

- Aporte de socios: Los socios realizarán un aporte por valor de \$ 56.880.697 M/C, teniendo en cuenta que la entidad está compuesta por dos (02) socios, cada uno dará el monto de \$ 28.440.349 M/C.
- Crédito joven emprendedores universitarios: Se solicitará un préstamo por valor de 30.000.000 M/C, con una tasa efectiva anual del 15.65% a un plazo de 5 años, con cuotas mensuales.

### 2.5.3 Cálculo y proyección de costos y gastos

Para realizar el presupuesto de costos se tomaron datos proporcionados según encuestas y estudios técnicos realizados previamente.

#### 2.5.3.1 Cálculo de costos y gastos.

##### A. Materia prima

**Tabla 38**

*Modelo 1 chaleco lycrado deportivo*

Parte del buzo	Calculo				Cantidad de piezas	Precio total	
Parte inferior	1	*	1,5	=	\$ 15.300	2	\$ 2.088,96
	0,32	*	0,32	=	\$ 1.044		
Parte superior	1	*	1,5	=	\$ 15.300	2	\$ 1.827,84
	0,32	*	0,28	=	\$ 914		
Cuello	1	*	1,5	=	\$ 15.300	1	\$ 142,80
	0,05	*	0,28	=	\$ 143		
Estampado						1	\$ 3.500,00
<b>Total</b>							<b>\$ 7.559,60</b>

**Tabla 39***Modelo 2 chaleco Sport*

<b>Clima Frío Con Estampado Urcunina</b>						
<b>Parte del buzo</b>	<b>Calculo</b>				<b>Cantidad de piezas</b>	<b>Precio total</b>
Parte trasera	1	*	1,5	= \$ 10.500	2	\$ 1.008,00
	0,3	*	0,24	= \$ 504		
Parte delantera	1	*	1,5	= \$ 10.500	2	\$ 672,00
	0,24	*	0,2	= \$ 336		
Parte inferior	1	*	1,5	= \$ 14.500	2	\$ 1.299,20
	0,28	*	0,24	= \$ 650		
Parte superior	1	*	1,5	= \$ 14.500	2	\$ 928,00
	0,24	*	0,2	= \$ 464		
Velcro	17500		30	= \$ 583	0,22	\$ 128,33
Estampado					1	\$ 5.000,00
<b>Total</b>						<b>\$ 9.035,53</b>
<b>Clima Cálido con Estampado Urcunina</b>						
<b>Parte del buzo</b>	<b>Calculo</b>				<b>Cantidad de piezas</b>	<b>Precio total</b>
Parte trasera antifluído	1	*	1,5	= \$ 10.500	2	\$ 1.092,00
	0,3	*	0,26	= \$ 546		
Parte delantera antifluído	1	*	1,5	= \$ 10.500	2	\$ 672,00
	0,2	*	0,24	= \$ 336		
Parte inferior malla	1	*	1,5	= \$ 2.500	2	\$ 260,00
	0,3	*	0,26	= \$ 130		
Parte superior malla	1	*	1,5	= \$ 2.500	2	\$ 160,00
	0,2	*	0,24	= \$ 80		
Velcro	17500		30	= \$ 583	0,22	\$ 128,33
Estampado					1	\$ 5.000,00
<b>Total</b>						<b>\$ 7.312,33</b>
<b>Clima Frío con Anti fluido Estampado</b>						
<b>Parte del buzo</b>	<b>Calculo</b>				<b>Cantidad de piezas</b>	<b>Precio total</b>
Parte trasera	1	*	1,5	= \$ 17.900	2	\$ 1.603,84

	0,28	*	0,24	=	\$ 802		
Parte delantera	1	*	1,5	=	\$ 17.900	2	\$ 1.145,60
	0,24	*	0,2	=	\$ 573		
Parte inferior	1	*	1,5	=	\$ 14.500	2	\$ 1.299,20
	0,28	*	0,24	=	\$ 650		
Parte superior	1	*	1,5	=	\$ 14.500	2	\$ 928,00
	0,24	*	0,2	=	\$ 464		
Velcro	17500		30	=	\$ 583	0,22	\$ 128,33
Total							\$ 5.104,97

### Clima Cálido con Anti fluido Estampado

Parte del buzo	Calculo				Cantidad de piezas	Precio total	
Parte trasera	1	*	1,5	=	\$ 14.500	2	\$ 1.299,20
	0,28	*	0,24	=	649,6		
Parte delantera	1	*	1,5	=	\$ 14.500	2	\$ 928,00
	0,24	*	0,2	=	464		
Parte inferior	1	*	1,5	=	\$ 2.500	2	\$ 224,00
	0,28	*	0,24	=	112		
Parte superior	1	*	1,5	=	\$ 2.500	2	\$ 160,00
	0,24	*	0,2	=	80		
Velcro	17500		30	=	\$ 583	0,22	\$ 128,33
Total							\$ 2.739,53

El promedio para el modelo 2 es de \$6.048,09

### Tabla 40

Modelo 3 buzo en algodón perchado Urcunina

Parte del buzo	Calculo				Cantidad de piezas	Precio total	
Parte trasera	1	*	1,5	=	\$ 11.900	2	\$ 952,00
	0,3	*	0,2	=	\$ 476		
Parte delantera	1	*	1,5	=	\$ 11.900	2	\$ 444,27
	0,14	*	0,2	=	\$ 222		

Parte del buzo	Calculo				Cantidad de piezas	Precio total	
Parte manga	1	*	1,5	=	\$ 11.900	2	\$ 222,13
	0,14	*	0,1	=	\$ 111		
Parte Gorro	1	*	1,5	=	\$ 11.900	2	\$ 228,48
	0,12	*	0,12	=	\$ 114		
Parte bolsillo	1	*	1,5	=	\$ 11.900	3	\$ 71,40
	0,05	*	0,06	=	\$ 24		
Broches	3600		12	=	\$ 300	3	\$ 900,00
Tejido	7600	*	1m			1,2	\$ 9.120,00
Total							\$ 11.938,28

**Tabla 41***Modelo 4 saco de equipos deportivos*

Parte del buzo	Calculo				Cantidad de piezas	Precio total	
Parte trasera	1	*	1,5	=	\$ 12.900	2	\$ 1.444,80
	0,42	*	0,2	=	\$ 722		
Parte delantera	1	*	1,5	=	\$ 12.900	2	\$ 1.100,80
	0,32	*	0,2	=	\$ 550		
Parte manga	1	*	1,5	=	\$ 12.900	2	\$ 946,00
	0,55	*	0,1	=	\$ 473		
Parte Gorro	1	*	1,5	=	\$ 12.900	2	\$ 371,52
	0,18	*	0,12	=	\$ 186		
Parte inferior trasera	1	*	1,5	=	\$ 12.900	3	\$ 371,52
	0,18	*	0,08	=	\$ 124		
Rit	1	*	1,5	=	\$ 12.900	3	\$ 278,64
	0,18	*	0,06	=	\$ 93		
Estampado						1	\$ 3.500,00
Total							\$ 8.013,28

**Tabla 42***Modelo 5 chaleco prensado*

Parte del buzo	Calculo				Cantidad de piezas	Precio total
Parte completa	1	*	1,5	= \$ 12.900	2	\$ 1.857,60
	0,3	*	0,36	= \$ 929		
Tira	1	*	1,5	= \$ 8.900	2	\$ 3.085,33
	0,4	*	0,65	= \$ 1.543		
Cuello	1	*	1,5	= \$ 11.900	1	\$ 1.110,67
	0,5	*	0,28	= \$ 1.111		
Broches	3600	/	12	= \$ 300	3	\$ 900,00
Total						\$ 6.953,60

**Tabla 43***Modelo 6 chaleco impermeable*

Clima Frío con Estampado Urcunina						
Parte del buzo	Calculo				Cantidad de piezas	Precio total
Parte trasera	1	*	1,5	= \$ 17.900	2	\$ 1.432,00
	0,3	*	0,2	= \$ 716		
Parte trasera	1	*	1,5	= \$ 14.500	2	\$ 1.160,00
	0,3	*	0,2	= \$ 580		
Parte delantera	1	*	1,5	= \$ 17.900	2	\$ 572,80
	0,12	*	0,2	= \$ 286		
Parte delantera	1	*	1,5	= \$ 14.500	2	\$ 464,00
	0,12	*	0,2	= \$ 232		
Gorro	1	*	1,5	= \$ 17.900	3	\$ 343,68
	0,12	*	0,12	= \$ 172		
Gorro	1	*	1,5	= \$ 14.500	4	\$ 278,40
	0,12	*	0,12	= \$ 139		



<b>Clima Frío con Estampado Urcunina</b>							
<b>Parte del buzo</b>	<b>Calculo</b>				<b>Cantidad de piezas</b>	<b>Precio total</b>	
Cuello	1	*	1,5	=	\$ 14.500	3	\$ 255,20
	0,06	*	0,22	=	\$ 128		
Broches	3600		12	=	\$ 300	3	\$ 900,00
Cremallera	800	*	1	=	\$ 800	1	\$ 800,00
Estampado						1	\$ 4.200,00
<b>Total</b>							<b>\$ 10.406,08</b>

## B. Mano de Obra

**Tabla 44**

*Calculo mano de obra modelo 1*

<b>N.</b>	<b>Operación</b>	<b>Tiempo</b>
1	Unión pieza 1 con pieza 2	1 minuto
2	Fileteado de la U 1Y2	1 minuto
3	Unión de los centros	1 minuto
4	Fileteado de las mangas	1 minuto
5	Fileteado de filis	1 minuto
6	Dobladillo de mangas y filis	2 minutos
7	Colocación de cuello	3 minutos
8	Pulir hilos	2 minutos
9	Planchado	2 minutos
10	Control de calidad	2 minutos
	<b>Tiempo total</b>	<b>16</b>

**Tabla 45***Calculo mano de obra modelo 2*

<b>N.</b>	<b>Operación</b>	<b>Tiempo</b>
1	Unión de telas de parte trasera y delantera	5 minutos
2	Fijación de telas	2 minutos
3	Puntada para filos	2 minutos
4	Unión tira de cuello con cuello parte delantera	1 minuto
5	Colocación de velcro	1 minuto
6	Pulir hilos	2 minutos
7	Planchado	2 minutos
8	Control de calidad	2 minutos
<b>Tiempo total</b>		<b>17</b>

**Tabla 46***Calculo mano de obra modelo 3*

<b>N.</b>	<b>Operación</b>	<b>Tiempo</b>
1	Unión pieza 3 con pieza 1	1 minuto
2	Unión pieza 3 con pieza 2	1 minuto
3	Unión pieza 1 con pieza 2	1 minuto
4	Unión buzo con gorro	2 minutos
5	Dobladillo al gorro	1 minuto
6	Colocación de bolsillo	3 minutos
7	Colocación de tapa de bolsillo	1 minuto
8	Colocación de bordado en los filos	4 minutos
9	Colocar broches	2 minutos
10	Pulir hilos	2 minutos
11	Planchado	2 minutos
12	Control de calidad	2 minutos
<b>Tiempo total</b>		<b>22</b>

**Tabla 47***Calculo mano de obra modelo 4*

<b>N.</b>	<b>Operación</b>	<b>Tiempo</b>
1	Unión pieza 3 con pieza 1	1 minuto
2	Unión pieza 3 con pieza 2	1 minuto
3	Unión pieza 1 con pieza 2	1 minuto
4	Unión buzo con gorro	2 minutos
5	Dobladillo al gorro	1 minuto
6	Pulir hilos	2 minutos
7	Planchado	2 minutos
8	Control de calidad	2 minutos
<b>Tiempo total</b>		<b>12</b>

**Tabla 48***Calculo mano de obra modelo 5*

<b>N.</b>	<b>Operación</b>	<b>Tiempo</b>
1	Elaboración del detallado	5 minutos
2	fileteado de filos	2 minutos
3	Unión de rit de cuello	2 minutos
4	Unión de rit con mangas	1 minuto
5	Colocar broches	2 minutos
6	Pulir hilos	2 minutos
7	Planchado	2 minutos
8	Control de calidad	2 minutos
<b>Tiempo total</b>		<b>18</b>

**Tabla 49***Calculo mano de obra modelo 6*

<b>N.</b>	<b>Operación</b>	<b>Tiempo</b>
1	Unión de pieza 1 y 2 telas piel de durazno	1 minuto
2	Unión de pieza 1 y 2 tela antilfluido Nike	1 minuto
3	Unión de 2 piezas que conforman el buzo	3 minutos
4	Unión de telas para gorro	1 minuto
5	Colocación de la cremallera al gorro	1 minuto
6	Colocación del falso y cremallera al cuerpo del buzo	2 minutos
7	Fijación de telas	2 minutos
8	Puntada para filos	2 minutos
9	Colocar broches	2 minutos
10	Pulir hilos	2 minutos
11	Planchado	2 minutos
12	Control de calidad	2 minutos
<b>Tiempo total</b>		<b>21</b>

Para la producción de los 6 modelos, se necesita un total de 106 minutos, lo que equivale a 1,77 horas por cada prenda confeccionada por un operador. Considerando que un trabajador labora 47 horas a la semana, se requiere el trabajo de cuatro operadores para alcanzar un total de 188 horas de trabajo semanal. Este período se consideraría ideal para la producción.

Sin embargo, es esencial tener en cuenta otros factores en el proceso. Se asignan 29 horas semanales al corte de piezas, lo que es fundamental para la fabricación de los buzos. Además, se destinan 9,4 horas semanales a pausas activas y tiempo ocioso, que son necesarios para mantener la eficiencia y bienestar de los trabajadores. Como resultado, el tiempo de producción semanal se reduce a 149,6 horas, lo que se traduce en un total de 598,4 horas mensuales disponibles para la producción.

Siguiendo este cálculo, se proyecta una capacidad de producción máxima de 2,032 buzos para

perros mensualmente, de los cuales según estudio de mercado para determinar la producción anual se tomará en cuenta el 8% de la demanda insatisfecha, en este orden de ideas se indica la capacidad máxima de producción para cumplir con las proyecciones de producción de los siguientes cinco años:

**Tabla 50**

*Capacidad de unidades de producción*

<b>Modelo</b>	<b>Producción</b>
Modelo 1	4.090
Modelo 2	4.258
Modelo 3	4.477
Modelo 4	3.837
Modelo 5	3.484
Modelo 6	4.241
<b>Totales</b>	<b>24.388</b>

Obteniendo finalmente un costo por materia prima y mano de obra correspondiente a:

**C. Costo materia prima:**

**Tabla 51**

*Costo de materia prima*

<b>Modelo</b>	<b>Producción</b>	<b>Mat. prima</b>	<b>Total Mat. prima</b>
Modelo 1	2.296	\$ 7.560	\$ 17.359.880
Modelo 2	2.933	\$ 6.048	\$ 17.739.025
Modelo 3	3.740	\$ 11.938	\$ 44.646.362
Modelo 4	1.966	\$ 8.013	\$ 15.750.205
Modelo 5	2.630	\$ 6.954	\$ 18.289.833
Modelo 6	2.479	\$ 10.406	\$ 25.795.999
<b>Totales</b>	<b>16.044</b>	<b>\$ 50.919</b>	<b>\$ 139.581.304</b>

**D. Costo mano de obra:****Tabla 52***Costo mano de obra*

Modelo	Producción	Hora mano de obra	Valor H.M.O (\$)	Mano de obra por unidad	Total mano de obra (\$)
Modelo 1	2.296	0,27	\$ 8.328	\$ 2.221	\$ 5.099.613
Modelo 2	2.933	0,28	\$ 8.328	\$ 2.359	\$ 6.920.373
Modelo 3	3.740	0,37	\$ 8.328	\$ 3.053	\$ 11.419.216
Modelo 4	1.966	0,20	\$ 8.328	\$ 1.666	\$ 3.273.606
Modelo 5	2.630	0,30	\$ 8.328	\$ 2.498	\$ 6.571.157
Modelo 6	2.479	0,35	\$ 8.328	\$ 2.915	\$ 7.225.265
<b>Totales</b>	<b>16.044</b>				<b>\$ 40.509.230</b>

Dentro de los otros gastos y costos por concepto de gastos salariales, se presentan las nóminas liquidadas según el área y departamentos al que pertenezca cada trabajador, cabe recalcar que para el presente plan de negocios los diseños estarán tercerizados o en dado caso se pagará bajo contrato por obra labor. Cabe aclarar que respecto la diferencia entre el valor de la mano de obra y el total de nómina de producción se determinará como mano de obra indirecta.

Para liquidar la nómina de los colaboradores se tendrá en cuenta lo concerniente a la Ley 1249 de 2010, sobre los pagos a caja de compensación familiar y el decreto 1072 de 2015, en el cual menciona que se deben considerar las siguientes cargas prestacionales:

Obligaciones laborales:

- 8,33% por concepto de cesantías
- 12% por intereses calculados sobre cesantías
- 8,33% perteneciente a pago de primas
- 4.17% correspondiente a vacaciones

Transferencias:

- 12% por concepto de pensión
- 4% pago a caja de compensación familiar
- 1,044% correspondiente a riesgos laborales nivel II para operarios y el 0.522% para trabajadores administrativos o de ventas

**Tabla 53**

*Nómina de producción*

NOMINA DE PRODUCCIÓN									
Cargo	Devengado					Deducciones			Neto pagado
	Salario básico	Días liquidados	Salario devengado	Auxilio de transporte	Total devengado	Salud	Pensión	Total deducciones	
Operario 1	\$ 13.920.000	360	\$ 13.920.000	\$ 1.687.272	\$ 15.607.272	\$ 556.800	\$ 556.800	\$ 1.113.600	\$ 14.493.672
Operario 2	\$ 13.920.000	360	\$ 13.920.000	\$ 1.687.272	\$ 15.607.272	\$ 556.800	\$ 556.800	\$ 1.113.600	\$ 14.493.672
Operario 3	\$ 13.920.000	360	\$ 13.920.000	\$ 1.687.272	\$ 15.607.272	\$ 556.800	\$ 556.800	\$ 1.113.600	\$ 14.493.672
Jefe de producción	\$ 21.600.000	360	\$ 21.600.000	\$ 1.687.272	\$ 23.287.272	\$ 864.000	\$ 864.000	\$ 1.728.000	\$ 21.559.272
<b>Totales</b>			<b>\$ 63.360.000</b>	<b>\$ 6.749.088</b>	<b>\$ 70.109.088</b>	<b>\$ 2.534.400</b>	<b>\$ 2.534.400</b>	<b>\$ 5.068.800</b>	<b>\$ 65.040.288</b>

**Tabla 54**

*Provisiones de nómina de producción*

Provisiones de nómina a cargo del empleador.	
Aportes a pensión	\$ 7.603.200
Aportes a salud	\$ -
Aportes a riesgos laborales (II)	\$ 661.478
Cajas de compensación	\$ 2.534.400
Prima de servicios	\$ 5.842.424
Cesantías	\$ 5.842.424
Intereses sobre cesantías	\$ 701.091
Provisión de vacaciones	\$ 2.640.000
<b>Total, provisiones</b>	<b>\$ 25.825.017</b>

**Tabla 55***Nómina de ventas*

NOMINA DE VENTAS									
Cargo	Devengado					Deducciones			Neto pagado
	Salario básico	Días liquidados	Salario devengado	Auxilio de transporte	Total devengado	Salud	Pensión	Total deducciones	
Vendedor	\$ 13.920.000	360	\$ 13.920.000	\$ 1.687.272	\$ 15.607.272	\$ 556.800	\$ 556.800	\$ 1.113.600	\$ 14.493.672
<b>Totales</b>			<b>\$ 13.920.000</b>	<b>\$ 1.687.272</b>	<b>\$ 15.607.272</b>	<b>\$ 556.800</b>	<b>\$ 556.800</b>	<b>\$ 1.113.600</b>	<b>\$ 14.493.672</b>

**Tabla 56***Provisiones de nómina de venta*

Provisiones de nómina a cargo del empleador.	
Aportes a pensión	\$ 1.670.400
Aportes a salud	\$ -
Aportes a riesgos laborales (I)	\$ 72.662
Cajas de compensación	\$ 556.800
Prima de servicios	\$ 1.300.606
Cesantías	\$ 1.300.606
Intereses sobre cesantías	\$ 156.073
Provisión de vacaciones	\$ 580.000
<b>Total, provisiones</b>	<b>\$ 5.637.147</b>

**Tabla 57***Nómina de administración*

NOMINA DE ADMINISTRACIÓN									
Cargo	Devengado					Deducciones			Neto pagado
	Salario básico	Días liquidados	Salario devengado	Auxilio de transporte	Total devengado	Salud	Pensión	Total deducciones	
Gerente General	\$ 25.200.000	360	\$ 25.200.000	\$ 1.687.272	\$ 26.887.272	\$ 1.008.000	\$ 1.008.000	\$ 2.016.000	\$ 24.871.272
Auxiliar contable	\$ 13.920.000	360	\$ 13.920.000	\$ 1.687.272	\$ 15.607.272	\$ 556.800	\$ 556.800	\$ 1.113.600	\$ 14.493.672
<b>Totales</b>			<b>\$ 39.120.000</b>	<b>\$ 3.374.544</b>	<b>\$ 42.494.544</b>	<b>\$ 1.564.800</b>	<b>\$ 1.564.800</b>	<b>\$ 3.129.600</b>	<b>\$ 39.364.944</b>



**Tabla 58***Provisión de nómina de administración*

<b>Provisiones de nómina a cargo del empleador.</b>	
Aportes a pensión	\$ 4.694.400
Aportes a salud	\$ -
Aportes a riesgos laborales (I)	\$ 204.206
Cajas de compensación	\$ 1.564.800
Prima de servicios	\$ 3.541.212
Cesantías	\$ 3.541.212
Intereses sobre cesantías	\$ 424.945
Provisión de vacaciones	\$ 1.630.000
<b>Total, provisiones</b>	<b>\$ 15.600.776</b>

**E. Costos indirectos de fabricación**

Los útiles se van a adquirir 6 veces al año.

**Tabla 59***Útiles*

<b>Cantidad</b>	<b>Concepto</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
3	Tijeras de tella 10 v Incolma	\$ 50.000	\$ 150.000
12	Lápiz de carbón #12	\$ 3.200	\$ 38.400
12	Tizas chinas	\$ 500	\$ 6.000
30	Pliegos	\$ 300	\$ 9.000
4	Metro de ropa	\$ 1.500	\$ 6.000
3	Reglas de aguacate	\$ 1.200	\$ 3.600
2	Regla de 100 cm aluminio	\$ 8.000	\$ 16.000
3	Pulidor para modistería	\$ 2.500	\$ 7.500

Cantidad	Concepto	Valor unitario	Valor total
4	Alfileres Por 40 Uds.	\$ 3.500	\$ 14.000
Total compras bimestrales			\$ 250.500
Total compras anuales			\$ 1.503.000

**Tabla 60***Materiales*

Cantidad	Materiales	Valor unitario	Valor total
36	hilaza 2 cabos	\$ 7.500	\$ 270.000
11	H two birds 200	\$ 2.800	\$ 30.800
1	Red leaf	\$ 2.800	\$ 2.800
7	Trids	\$ 3.600	\$ 25.200
5	Pl jordao hilo	\$ 1.000	\$ 5.000
6	Pl 15 jordao	\$ 2.200	\$ 13.200
1	Hilo pr gameco	\$ 1.550	\$ 1.550
1	Tiza	\$ 900	\$ 900
Sumas totales			\$ 349.450

Arrendamiento y servicios públicos.

Cuando se aborda los costos, así como los gastos de arrendamiento y los servicios, se establece la distribución de estos costos y gastos de la siguiente manera, teniendo en cuenta que aquellos costos son las erogaciones en las que se incurre para la fabricación de un producto, por otra parte, con respecto a gastos estos ya son los generados por la parte administrativa, ejemplo los de gerencia:

Dicho lo anterior se determina que el 70% del costo del arrendamiento se asignará a los costos indirectos de fabricación, mientras que el 30% restante se incluirá en los gastos administrativos, esta asignación se ha determinado para reflejar la naturaleza del negocio y garantizar una distribución precisa de los gastos.

Es importante destacar que, en cuanto a los gastos de ventas, el arrendamiento de la playa de ventas se considera un gasto directo en ventas. Asimismo, los servicios públicos relacionados con las instalaciones de la planta de producción se distribuirán siguiendo un enfoque similar al del arrendamiento, con el 70% incorporado en los costos de fabricación y el 30% tratado como gastos administrativos.

El cálculo de este porcentaje (30% y 70% respectivamente) se fundamenta en la distribución física existente en la planta de producción ver figura 25, donde la parte administrativa representa un porcentaje menor (30%) en comparación con el espacio dedicado al proceso de transformación de materias primas en productos terminados (70%).

De manera similar ocurre con los servicios, puesto que el área de diseño, almacenamiento y producción exige un mayor consumo de servicios públicos por sus actividades inherentes, en contraste con el área administrativa.

Dentro de la categoría de costos indirectos de fabricación, se incluyen factores como el tiempo ocioso de los trabajadores, el tiempo dedicado a operaciones de corte y cualquier imprevisto que pueda surgir en la producción.

### **Tabla 61**

*Total de los CIF*

<b>Concepto</b>	<b>Año 1</b>
Arrendamiento	\$ 6.720.000
servicios públicos	\$ 1.344.000
Transportes y fletes	\$ 1.400.000
Etiquetado	\$ 5.200.000
Depreciaciones	\$ 1.196.800
Útiles	\$ 1.503.000
Servicio de diseño	\$ 1.200.000
<b>Total</b>	<b>\$ 18.563.800</b>

**Tabla 62***Cálculo de costos unitarios totales*

Modelo	Total Mat. prima	Total, mano de obra	% de participación	Distribución de CIF según % producción	Costo unitario total
Modelo 1	\$7.560	\$2.221	16,77%	\$5.709	\$15.489
Modelo 2	\$6.048	\$2.359	17,46%	\$4.654	\$13.061
Modelo 3	\$11.938	\$3.053	18,36%	\$3.837	\$18.829
Modelo 4	\$8.013	\$1.666	15,73%	\$6.258	\$15.937
Modelo 5	\$6.954	\$2.498	14,29%	\$4.246	\$13.698
Modelo 6	\$10.406	\$2.915	17,39%	\$5.484	\$18.805

**2.5.3.2 Proyección de costos y gastos.**

## A. Proyección de materia prima:

Se calcula bajo variaciones del índice de precios al productor, tomadas bajo datos estadísticos de DANE destinadas al sector de confección textil para proyección de precios de materia prima.

**Tabla 63***Variación porcentual de índice de precios al productor*

Variación porcentual de índice de precios al productor			
	/	IPP	Variación
Año 1	2018	107,14	0,53%
Año 2	2019	108,28	1,02%
Año 3	2020	110,52	1,16%
Año 4	2021	113,11	3,35%
Año 5	2022	120,95	9,48%
Promedio de variación porcentual			3,11%

**Tabla 64***Proyección de materia prima directa e indirecta*

<b>Materia Prima Directa</b>					
<b>Modelo</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Modelo 1	\$17.359.880	\$17.899.496	\$18.455.887	\$19.029.572	\$19.621.090
Modelo 2	\$17.739.025	\$18.290.427	\$18.858.969	\$19.445.184	\$20.049.620
Modelo 3	\$44.646.362	\$46.034.155	\$47.465.087	\$48.940.498	\$50.461.771
Modelo 4	\$15.750.205	\$16.239.786	\$16.744.586	\$17.265.077	\$17.801.747
Modelo 5	\$18.289.833	\$18.858.357	\$19.444.553	\$20.048.970	\$20.672.174
Modelo 6	\$25.795.999	\$26.597.845	\$27.424.616	\$28.277.086	\$29.156.055
<b>Materia Prima Indirecta</b>					
Materiales e insumos	\$4.182.600	\$4.312.612	\$4.446.666	\$4.584.887	\$4.727.404
<b>Total</b>	<b>\$143.763.904</b>	<b>\$148.232.680</b>	<b>\$152.840.363</b>	<b>\$157.591.273</b>	<b>\$162.489.861</b>

B. Proyección mano de obra:

Para la mano de obra se proyecta a través del promedio basado en las variaciones salariales de los últimos 5 años, los cuales son los siguientes:

**Tabla 65***Variación de salarios*

<b>Variación de salarios</b>		
<b>Año</b>	<b>Salario</b>	<b>Variación</b>
2018	\$ 781.242	5,90%
2019	\$ 828.116	6,00%
2020	\$ 877.802	3,50%
2021	\$ 908.526	10,07%
2022	\$ 1.000.000	13,79%
Promedio de variación salarial		7,85%

**Tabla 66***Proyección mano de obra*

MANO DE OBRA					
Mano de obra	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de obra directa	\$ 42.512.882	\$ 45.850.993	\$ 49.451.213	\$ 53.334.123	\$ 57.521.918
Mano de obra indirecta	\$ 43.337.785	\$ 46.740.668	\$ 50.410.746	\$ 54.368.997	\$ 58.638.051
Mano de obra administrativa	\$ 51.960.545	\$ 56.040.487	\$ 60.440.786	\$ 65.186.597	\$ 70.305.048
Mano de obra de ventas	\$ 19.016.085	\$ 20.509.228	\$ 22.119.613	\$ 23.856.445	\$ 25.729.653
Provisión nomina de producción	\$ 10.083.438	\$ 10.875.190	\$ 11.729.110	\$ 12.650.079	\$ 13.643.363
Provisión nomina administrativa	\$ 6.134.775	\$ 6.616.477	\$ 7.136.003	\$ 7.696.322	\$ 8.300.637
Provisión nomina de ventas	\$ 2.228.334	\$ 2.403.303	\$ 2.592.010	\$ 2.795.535	\$ 3.015.040
<b>Total</b>	<b>\$ 175.273.844</b>	<b>\$ 189.036.346</b>	<b>\$ 203.879.480</b>	<b>\$ 219.888.097</b>	<b>\$ 237.153.711</b>

C. Costos indirectos de fabricación, gastos de administración y gastos de ventas:

Para su proyección se utiliza la variación promedio del índice de precios al consumidor

**Tabla 67***Proyección porcentual de IPC*

Variación porcentual de índice de precios al consumidor		
Año		Variación
año 1	2018	3,18%
año 2	2019	3,80%
año 3	2020	1,61%
año 4	2021	5,62%
año 5	2022	13,12%
Promedio de la variación porcentual		5,47%

**Tabla 68***Proyección de CIF*

<b>Costos indirectos de fabricación</b>					
<b>Concepto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Arrendamiento	\$ 6.720.000	\$ 7.087.315	\$ 7.474.708	\$ 7.883.275	\$ 8.314.175
servicios públicos	\$ 1.344.000	\$ 1.417.463	\$ 1.494.942	\$ 1.576.655	\$ 1.662.835
Transportes y fletes	\$ 1.400.000	\$ 1.476.524	\$ 1.557.231	\$ 1.642.349	\$ 1.732.120
Etiquetado	\$ 5.200.000	\$ 5.484.232	\$ 5.784.000	\$ 6.100.154	\$ 6.433.588
Depreciaciones	\$ 1.196.800	\$ 1.262.217	\$ 1.331.210	\$ 1.403.974	\$ 1.480.715
Útiles	\$ 1.503.000	\$ 1.585.154	\$ 1.671.798	\$ 1.763.179	\$ 1.859.554
Servicio de diseño	\$ 1.200.000	\$ 1.265.592	\$ 1.334.769	\$ 1.407.728	\$ 1.484.674
<b>Total</b>	<b>\$ 18.563.800</b>	<b>\$ 19.578.497</b>	<b>\$ 20.648.658</b>	<b>\$ 21.777.314</b>	<b>\$ 22.967.662</b>

**2.5.4 Calculo y proyección de ingresos**

La tabla que se presenta a continuación refleja la proyección de ingresos de la empresa "Urcunina wau". Esta proyección se basa en el precio establecido en el estudio de mercado, así como en la capacidad de producción de la empresa. Además, se tiene en cuenta el promedio de variación de la inflación de los últimos 5 años.

Es importante destacar que, para la proyección de ingresos del primer año, solo se consideran 10 meses de ventas. Esto se debe a que se anticipa que la empresa comenzará a generar ingresos por ventas a partir del tercer mes de operación.

**Tabla 69***Proyección de ingresos*

<b>Modelo</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Modelo 1	\$ 55.113.645	\$ 56.844.831	\$ 58.165.542	\$ 58.934.675	\$ 58.978.825
Modelo 2	\$ 76.257.858	\$ 80.913.941	\$ 85.625.594	\$ 90.333.131	\$ 94.959.506

Modelo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Modelo 3	\$ 112.192.951	\$ 121.616.610	\$ 131.831.811	\$ 142.905.038	\$ 154.908.363
Modelo 4	\$ 51.103.335	\$ 51.919.781	\$ 52.138.072	\$ 51.580.081	\$ 50.028.185
Modelo 5	\$ 65.756.707	\$ 70.525.237	\$ 75.549.539	\$ 80.823.329	\$ 86.334.470
Modelo 6	\$ 74.368.059	\$ 77.173.129	\$ 79.553.697	\$ 81.347.489	\$ 82.354.316
Total	\$ 434.792.555	\$ 458.993.529	\$ 482.864.255	\$ 505.923.744	\$ 527.563.664

### 2.5.5 Identificación del punto de equilibrio

El punto de equilibrio en una empresa indica el punto en el que la actividad de la empresa consigue cubrir todos sus costos, obteniendo cero ganancias y cero pérdidas, para el presente plan de negocios se calculará el punto de equilibrio multiproducto.

$M = \text{Modelo}$

$\text{Contribución marginal} = \text{Precio de venta} - \text{costos}$

$\text{Ventas totales} = M1 + M2 + M3 + M4 + M5 + M6$

$\text{Tasa de participación} = \text{Modelo } X / \text{Ventas totales}$

$\text{Margen de contribución ponderado de } M = \text{MCU de } M \times \text{Tasa de participación de } M$

$\text{MCPT} = \text{Margen de contribución de ponderado total}$

$\text{MCPT} = \text{MCP de } M1 + \text{MCP de } M2 + \text{MCP de } M3 + \text{MCP de } M4 + \text{MCP de } M5$   
 $+ \text{MCP de } M6$

Cálculo de costos y gastos variables



**Tabla 70***Cálculo de costos y gastos variables*

Modelo	Total Mat. prima	Total mano de obra	CIF y gastos variables	Total costos y gastos variables	% de participación
Modelo 1	\$ 17.359.880	\$ 5.099.613	\$ 29.521.308	\$ 51.980.800	16,77%
Modelo 2	\$ 17.739.025	\$ 6.920.373	\$ 30.736.176	\$ 55.395.574	17,46%
Modelo 3	\$ 44.646.362	\$ 11.419.216	\$ 32.315.506	\$ 88.381.084	18,36%
Modelo 4	\$ 15.750.205	\$ 3.273.606	\$ 27.699.005	\$ 46.722.816	15,73%
Modelo 5	\$ 18.289.833	\$ 6.571.157	\$ 25.147.781	\$ 50.008.771	14,29%
Modelo 6	\$ 25.795.999	\$ 7.225.265	\$ 30.614.689	\$ 63.635.953	17,39%
Total	\$ 139.581.304	\$ 40.509.230	\$ 176.034.465	\$ 356.124.998	100,00%

**Tabla 71***Cálculo de contribución marginal*

Modelo	Produccion	Precio de venta	% de participación	Costos y gastos fijos	Costos y gastos variables unitarias	Total en ventas
Modelo 1	2296	\$ 24.000	14,31%	\$ 102.261.860	\$ 12.618	\$ 55.113.645
Modelo 2	2933	\$ 26.000	18,28%		\$ 10.721	\$ 76.257.858
Modelo 3	3740	\$ 30.000	23,31%		\$ 16.899	\$ 112.192.951
Modelo 4	1966	\$ 26.000	12,25%		\$ 12.790	\$ 51.103.335
Modelo 5	2630	\$ 25.000	16,39%		\$ 11.563	\$ 65.756.707
Modelo 6	2479	\$ 30.000	15,45%		\$ 16.047	\$ 74.368.059
Total	16044				\$ 80.638	\$ 434.792.555

A continuación, se presenta la tabla del cálculo del punto de equilibrio por cada producto que la empresa “Urcunina wau” debe vender para no obtener ganancias o caso contrario perdidas.

**Tabla 72**

*Cálculo de punto de equilibrio*

Margen de contribución ponderada unitaria	Punto de equilibrio por producto	Ingreso de equilibrio total	Precio de venta ponderado	Costo variable ponderado
\$ 1.629,09	1088,00	\$ 26.112.010	\$ 3.435	\$ 1.806
\$ 2.793,16	1389,61	\$ 36.129.818	\$ 4.753	\$ 1.960
\$ 3.053,71	1771,84	\$ 53.155.320	\$ 6.993	\$ 3.939
\$ 1.618,35	931,23	\$ 24.211.986	\$ 3.185	\$ 1.567
\$ 2.202,96	1246,18	\$ 31.154.531	\$ 4.099	\$ 1.896
\$ 2.155,85	1174,48	\$ 35.234.459	\$ 4.635	\$ 2.479
\$ 13.453,12	7601,35	\$ 205.998.123	\$ 27.100	\$ 13.647

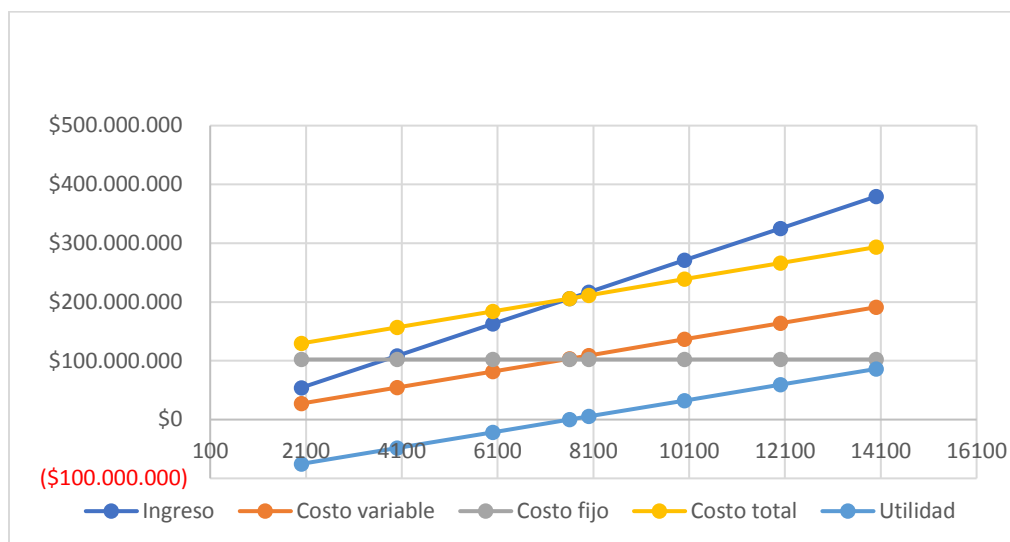
**Tabla 73**

*Resumen para el cálculo del punto de equilibrio*

Costos y gastos fijos	\$ 102.261.860
MCPT	\$ 13.453,12
Punto de equilibrio	\$ 7.601
Ingreso de equilibrio	\$ 205.998.122,63

**Figura 55**

*Punto de equilibrio*



### 2.5.6 Estados financieros

**Tabla 74**

*Estado de costos “urcunina wau”*

URCUNINA WAU					
Estado de costos proyectado					
(Expresado en pesos colombianos)					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materias primas consumidas	\$ 139.581.304	\$ 143.920.067	\$ 148.393.697	\$ 153.006.386	\$ 157.762.456
Mano de obra	\$ 40.509.230	\$ 39.097.846	\$ 42.167.809	\$ 45.478.825	\$ 49.049.823
Costos indirectos de fabricación	\$ 78.171.276	\$ 77.384.925	\$ 82.789.474	\$ 88.586.495	\$ 94.805.212
Costo de	\$ 258.261.809	\$ 260.402.839	\$ 273.350.980	\$ 287.071.707	\$ 301.617.491

producción					
(+)	\$ 0		\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inventario inicial de productos en proceso					
Costo de la producción procesada del periodo	\$ 258.261.809	\$ 260.402.839	\$ 273.350.980	\$ 287.071.707	\$ 301.617.491
(-)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inventario final de productos en proceso					
Costo de la producción terminada del periodo	\$ 258.261.809	\$ 260.402.839	\$ 273.350.980	\$ 287.071.707	\$ 301.617.491
(+)	\$ 0	\$ 42.610.124	\$ 50.502.160	\$ 53.975.523	\$ 56.841.205
Inventario inicial de productos terminados					
Costo de la producción disponible para la venta	\$ 255.660.744	\$ 303.012.963	\$ 323.853.141	\$ 341.047.230	\$ 358.458.696
(-)	\$ 42.610.124	\$ 50.502.160	\$ 53.975.523	\$ 56.841.205	\$ 59.743.116
Inventario final de productos terminados					
Costo de ventas	\$ 213.383.060	\$ 252.510.802	\$ 269.877.617	\$ 284.206.025	\$ 298.715.580

**2.5.7 Balance general****Tabla 75***Estado de situación financiero inicial*

<b>URCUNINA WAU</b>		
<b>Estado de situación financiera inicial</b>		
<b>(Expresado en pesos colombianos)</b>		
<b>Activo</b>		
Activo corriente		\$ 55.981.697
Efectivo y equivalentes de efectivo	\$ 32.718.146	
Materias primas	\$ 23.263.551	
Activo no corriente		\$ 30.899.000
Maquinaria y equipo	\$ 8.370.000	
Equipo de oficina	\$ 1.266.000	
Equipo de computación y comunicación	\$ 5.206.000	
Muebles y enseres	\$ 8.175.000	
Diferidos	\$ 7.882.000	
Total activos		\$ 86.880.697
<b>Pasivo</b>		
Pasivo corriente		\$ 4.392.587
Obligaciones financieras C.P	\$ 4.392.587	
Pasivo no corriente		\$ 25.607.413
Obligaciones financieras L.P	\$ 25.607.413	
Total pasivo		\$ 30.000.000
<b>Patrimonio</b>		
Capital suscrito y pagado	\$ 56.880.697	
Total patrimonio		\$ 56.880.697

**Tabla 76***Balance general proyectado*

<b>URCUNINA WAU</b>					
<b>Estado de situación financiera proyectado</b>					
<b>(Expresado en pesos colombianos)</b>					
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Activo</b>					
Activo corriente	\$ 103.701.184	\$ 136.471.043	\$ 153.156.047	\$ 163.569.924	\$ 198.324.443
Efectivo y equivalentes	\$ 61.091.060	\$ 85.968.883	\$ 99.180.524	\$ 106.728.719	\$ 138.581.327
Inventario	\$ 42.610.124	\$ 50.502.160	\$ 53.975.523	\$ 56.841.205	\$ 59.743.116
Activo no corriente	\$ 23.808.580	\$ 20.225.980	\$ 16.643.380	\$ 13.060.780	\$ 9.478.180
Maquinaria y equipo	\$ 8.370.000	\$ 7.616.700	\$ 6.863.400	\$ 6.110.100	\$ 5.356.800
Equipo de oficina	\$ 1.266.000	\$ 1.139.400	\$ 1.012.800	\$ 886.200	\$ 759.600
Equipo de computación y comunicación	\$ 5.206.000	\$ 4.164.800	\$ 3.123.600	\$ 2.082.400	\$ 1.041.200
Muebles y enseres	\$ 8.175.000	\$ 7.357.500	\$ 6.540.000	\$ 5.722.500	\$ 4.905.000
Diferidos	\$ 3.376.000	\$ 2.532.000	\$ 1.688.000	\$ 844.000	\$ 0
Depreciación	-\$ 2.584.420	-\$ 2.584.420	-\$ 2.584.420	-\$ 2.584.420	-\$ 2.584.420
<b>Total activos</b>	<b>\$ 127.509.764</b>	<b>\$ 156.697.023</b>	<b>\$ 169.799.427</b>	<b>\$ 176.630.704</b>	<b>\$ 207.802.623</b>
<b>Pasivo</b>					
Pasivo corriente	\$ 38.076.127	\$ 61.601.764	\$ 63.161.832	\$ 65.519.979	\$ 58.264.582
Obligaciones financieras a corto plazo	\$ 5.080.027	\$ 5.875.052	\$ 6.794.497	\$ 7.857.836	\$ 0
Acreedores varios	\$ 1.790.196	\$ 1.845.871	\$ 1.903.277	\$ 1.962.469	\$ 2.023.502
Impuesto de renta y complementarios	\$ 14.389.553	\$ 36.541.502	\$ 36.585.465	\$ 37.265.057	\$ 37.233.146
Obligaciones laborales	\$ 16.816.351	\$ 17.339.340	\$ 17.878.593	\$ 18.434.617	\$ 19.007.934

Pasivo no corriente	\$ 20.527.385	\$ 14.652.333	\$ 7.857.836	\$ 0	\$ 0
Obligaciones financieras largo plazo	\$ 20.527.385	\$ 14.652.333	\$ 7.857.836	\$ 0	\$ 0
Total pasivo	\$ 58.603.512	\$ 76.254.097	\$ 71.019.669	\$ 65.519.979	\$ 58.264.582
<b>Patrimonio</b>					
Capital suscrito y pagado	\$ 56.880.697	\$ 56.880.697	\$ 56.880.697	\$ 56.880.697	\$ 56.880.697
Utilidad del ejercicio	\$ 26.723.456	\$ 61.076.510	\$ 61.149.991	\$ 62.285.880	\$ 62.232.544
Utilidades del año anterior		\$ 12.025.555	\$ 30.348.508	\$ 48.693.505	\$ 61.150.682
Reserva legal	-\$ 2.672.346	-\$ 6.786.279	-\$ 6.794.443	-\$ 6.920.653	-\$ 6.914.727
Repartición de utilidades	-\$ 12.025.555	-\$ 42.753.557	-\$ 42.804.994	-\$ 49.828.704	-\$ 23.811.155
Total patrimonio	\$ 68.906.252	\$ 80.442.926	\$ 98.779.759	\$ 111.110.725	\$ 149.538.041
Pasivo + patrimonio	\$ 127.509.764	\$ 156.697.023	\$ 169.799.427	\$ 176.630.704	\$ 207.802.623

### 2.5.8 Estado de resultados proyectado

#### Tabla 77

#### Estado de resultados proyectado Urcunina Wau

<b>URCUNINA WAU</b>					
<b>Estado de resultados proyectado</b>					
<b>(Expresado en pesos colombianos)</b>					
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ingresos operacionales	\$ 362.327.129	\$ 458.993.529	\$ 482.864.255	\$ 505.923.744	\$ 527.563.664
Costo de producción	\$ 213.383.060	\$ 252.510.802	\$ 269.877.617	\$ 284.206.025	\$ 298.715.580
<b>Utilidad bruta</b>	<b>\$ 148.944.069</b>	<b>\$ 206.482.726</b>	<b>\$ 212.986.638</b>	<b>\$ 221.717.719</b>	<b>\$ 228.848.084</b>

Gastos operacionales					
Gastos de administración	\$ 77.508.960	\$ 72.923.377	\$ 78.216.760	\$ 83.904.470	\$ 90.016.305
Gastos de ventas	\$ 26.220.399	\$ 25.740.797	\$ 27.620.741	\$ 29.641.867	\$ 31.814.908
<b>Utilidad operacional</b>	<b>\$ 45.214.710</b>	<b>\$ 107.818.552</b>	<b>\$ 107.149.137</b>	<b>\$ 108.171.382</b>	<b>\$ 107.016.871</b>
Gastos no operacionales					
Financieros	\$ 4.101.701	\$ 3.414.261	\$ 2.619.237	\$ 1.699.792	\$ 636.453
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$ 41.113.009</b>	<b>\$ 104.404.291</b>	<b>\$ 104.529.900</b>	<b>\$ 106.471.590</b>	<b>\$ 106.380.418</b>
Impuesto de renta y complementarios	\$ 14.389.553	\$ 36.541.502	\$ 36.585.465	\$ 37.265.057	\$ 37.233.146
<b>Utilidad neta</b>	<b>\$ 26.723.456</b>	<b>\$ 67.862.789</b>	<b>\$ 67.944.435</b>	<b>\$ 69.206.534</b>	<b>\$ 69.147.272</b>
Reserva legal	\$ 2.672.346	\$ 6.786.279	\$ 6.794.443	\$ 6.920.653	\$ 6.914.727
<b>Utilidad neta del ejercicio</b>	<b>\$ 24.051.110</b>	<b>\$ 61.076.510</b>	<b>\$ 61.149.991</b>	<b>\$ 62.285.880</b>	<b>\$ 62.232.544</b>

### 2.5.9 Flujo de efectivo

#### Tabla 78

Flujo de efectivo Urcunina Wau

<b>URCUNINA WAU</b>	
<b>Estado de flujo de efectivo</b>	
<b>(Expresado en pesos colombianos)</b>	
<b>Saldo inicial</b>	<b>\$ 0</b>
<b>Flujo de efectivo en actividades operacionales</b>	
Entradas	
Ingresos operacionales	\$ 362.327.129
<b>Salidas</b>	



Compra de materia prima	\$ 139.581.304
Mano de obra	\$ 30.425.792
CIF	\$ 74.593.851
Gastos de administración	\$ 66.418.545
Gastos de ventas	\$ 23.006.085
Reserva legal	\$ 2.672.346
Diferidos	\$ 7.882.000
<b>Total flujo de efectivo en actividades operacionales</b>	<b>\$ 17.747.207</b>
<b>Flujo de efectivo en actividades de financiación</b>	
Entradas	
Aporte de socios	\$ 56.880.697
Créditos nuevos	\$ 30.000.000
Salidas	
Pago de créditos	\$ 4.392.587
Pago de intereses	\$ 4.101.701
Pago de utilidades	\$ 12.025.555
<b>Total flujo de efectivo en actividades de financiación</b>	<b>\$ 66.360.853</b>
<b>Flujo de efectivo en actividades de inversión</b>	
Compra de Propiedad, planta y equipo	-\$ 23.017.000
<b>Total flujo de efectivo en actividades de inversión</b>	<b>-\$ 23.017.000</b>
<b>Total flujo de efectivo</b>	<b>\$ 61.091.060</b>

### **2.5.10 Evaluación financiera**

En la evaluación financiera se determina el tipo de indicadores financieros y de rentabilidad que se usarán para que a partir de los anteriores estados financieros finalmente obtener la situación financiera de la empresa

### **2.5.11 Determinación de indicadores financieros**

**2.5.11.1 Indicadores de liquidez.** La liquidez en una entidad refiere a la capacidad que tiene la

entidad para cubrir su activo corriente. En estos indicadores no solo se prevén las finanzas de la empresa, sino también la capacidad de la entidad en generar efectivo

**Tabla 79**

*Indicadores de liquidez*

<b>Liquidez</b>	
<b>Capital de Trabajo</b>	
Activo Corriente - Pasivo Corriente	65.625.057
<b>Razón Corriente</b>	
Activo Corriente/Pasivo Corriente	2,72

Una vez que la empresa "Urcunina wau" ha satisfecho todas sus obligaciones a corto plazo, dispondrá de \$65.625.057 en activos disponibles. La razón corriente, que se sitúa en 2.72, indica que, por cada peso de pasivos corrientes, la empresa cuenta con 2.72 en activos corrientes como respaldo para cumplir con esas obligaciones. Esta relación positiva demuestra la capacidad financiera de la empresa para hacer frente a sus compromisos de corto plazo de manera sólida y efectiva.

**2.5.11.2 Indicadores de endeudamiento.** Estos indicadores miden el grado de endeudamiento de la entidad y que porcentaje (%) de participación tienen aquellos acreedores.

**Tabla 80**

*Indicadores de endeudamiento*

<b>Endeudamiento</b>	
<b>Nivel de Endeudamiento</b>	
Pasivo total/Activo Total	45,96%
<b>Endeudamiento Financiero</b>	
Obligaciones Financieras / Ventas	7,07%
<b>Índice de Apalancamiento</b>	

<b>Endeudamiento</b>	
Activo/Patrimonio	1,85
<b>Impacto de la carga Financiera</b>	
Gastos Financieros / Ventas	1,132%

45.96% de los activos totales están respaldados por financiamiento de acreedores:

Este porcentaje representa la proporción de los activos totales de la empresa que está financiada mediante deuda o préstamos de acreedores. Un porcentaje más alto podría indicar una dependencia significativa de financiamiento externo.

7.07% de las ventas destinadas al cumplimiento de obligaciones financieras:

Este porcentaje indica la proporción de las ventas que se utilizará para cumplir con las obligaciones financieras de la empresa. Un valor bajo sugiere una carga financiera manejable en relación con las ventas, lo cual es positivo.

Por cada peso en el patrimonio, la empresa cuenta con un respaldo de 1.85 en el activo total:

Esta ratio muestra la capacidad de la empresa para respaldar sus activos con recursos propios. Un respaldo de 1.85 implica que, por cada peso en el patrimonio, la empresa tiene \$1.85 en activos. Esto sugiere una sólida base financiera y una capacidad considerable para financiar operaciones y deudas con recursos propios.

En resumen, estos indicadores sugieren que la empresa tiene una proporción significativa de financiamiento externo, pero mantiene una carga financiera manejable en relación con sus ventas. Además, la sólida relación entre el patrimonio y el activo total destaca la fortaleza financiera y la capacidad de la empresa para respaldar sus activos con recursos propios.

**2.5.11.3 Indicadores de actividad o eficiencia.** Estos son indicadores de actividad o eficiencia que proporcionan información valiosa sobre cómo la empresa gestiona sus recursos. En conjunto,

estos indicadores ofrecen una visión detallada de cómo la empresa gestiona sus inventarios, cuentas por pagar y activos, proporcionando una evaluación de su eficiencia operativa y financiera.

**Tabla 81**

*Indicadores de actividad o eficiencia*

<b>Indicadores de Actividad o Eficiencia</b>	
<b>Rotación de Inventarios</b>	
(Costo de Ventas/Promedio Inventarios)	10,0
<b>Rotación de Inventarios (Días)</b>	
360 / Rotación de inventarios	35,9
<b>Rotación de Cuentas por Pagar</b>	
(Cuentas x Pagar/Costo de ventas) * 360	3
<b>Rotación de Activos</b>	
Ventas / Activo Total	3

Rotación de Inventarios (Veces): Una rotación de inventarios de 10.0 indica que, en promedio, los inventarios de la empresa se han vendido completamente y reponen 10 veces durante el periodo considerado. Un valor alto generalmente sugiere una gestión eficiente de inventarios y una rápida conversión de existencias en ventas.

Rotación de Inventarios (Días): El periodo de 35.9 días indica el tiempo promedio que tarda la empresa en vender y reponer sus inventarios. Menos días sugieren una rotación más rápida, lo cual es positivo en términos de eficiencia operativa.

Rotación de Cuentas por Pagar (Veces al año): Este indicador muestra que las cuentas por pagar se están pagando y renovando aproximadamente 3 veces al año. Un valor bajo podría indicar una política de pago más conservadora, mientras que un valor alto podría sugerir una gestión eficiente de crédito.

Rotación de Activos (Veces): La rotación de activos de 3 veces sugiere que la empresa está

generando ventas equivalentes a dos veces el valor de sus activos totales. Un valor más alto indica un uso más eficiente de los activos para generar ingresos.

### 2.5.12 Indicadores de rentabilidad financiera

Este tipo de indicadores miden el grado de eficacia en la administración de la empresa, estos permiten determinar si una empresa está siendo rentable o no a partir de las utilidades de la empresa.

**Tabla 82**

*Indicadores de rentabilidad*

<b>Indicadores de Rentabilidad</b>	
<b>Margen de utilidad sobre Ventas</b>	
Utilidad / Ventas	7,376%
<b>ROE (Rendimiento de los accionistas)</b>	
Utilidad / Patrimonio	38,78%
<b>ROA (Rentabilidad Sobre Activos)</b>	
Utilidad /Activos	20,9580%
<b>EBIDTA</b>	
Utilidad Operacional + Depreciación y amortización	33.813.876

A simple vista los indicadores de rentabilidad están siendo favorables para la empresa “Urcunina wau”, en primer lugar, del total de ventas el 92.62% se destina para cubrir gastos y costos operacionales y no operacionales, la rentabilidad de los accionistas será del 38.78% y del total de activos se obtiene una rentabilidad del 20.9580%, concluyendo que el ebitda de la entidad es de \$33.813.876.

Los indicadores de rentabilidad de la empresa "Urcunina wau" muestran resultados positivos. En primer lugar, el 7.37 de las ventas se destina a cubrir gastos y costos tanto operativos como no operativos, esto se da porque es una empresa nueva que iniciará a realizar sus actividades y habrá más costos y gastos para cubrir.

La rentabilidad para los accionistas alcanza un destacado 38,78%, lo que refleja el rendimiento que los inversionistas pueden esperar de su participación en la empresa. Además, la rentabilidad en relación con los activos totales se sitúa en un sólido 20,9580%, lo que muestra la eficacia en la utilización de los activos para generar ganancias.

En resumen, la empresa presenta un EBITDA de \$33.813.876, lo que respalda su capacidad para generar ganancias antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización. Estos indicadores favorables sugieren un desempeño financiero positivo para la empresa.

### 2.5.13 Valor presente neto (VPN)

El Valor Presente Neto (VPN) se utiliza para evaluar si los flujos de efectivo a largo plazo seguirán siendo rentables a lo largo del tiempo, teniendo en cuenta el concepto del valor del dinero en el tiempo. Para calcular el VPN, se establece una tasa de descuento del 22%, que representa la tasa mínima de retorno que el inversionista espera obtener a cambio de invertir en el presente plan de negocios, dicha tasa de descuento se obtiene de la siguiente manera:

**Tabla 83**

*Costo de capital*

	Participación	Costo
Obligaciones financieras	34,53%	15,65%
Aportes sociales	65,47%	25%

**Tabla 84**

*Tasa de descuento*

Obligaciones financieras	5,40%
Aportes sociales	16,37%
Tasa de Descuento	21,77%

La fórmula para calcular el VPN es la siguiente:

$$VAN = -P + \frac{FLUJO DE EFECTIVO}{(1 + TASA DE DESCUENTO)^{Número de periodos}}$$

A continuación, en la siguiente tabla se indica el cálculo:

**Tabla 85**

*Cálculo del VPN*

Año	Flujo de efectivo	Valor presente
0	-\$ 86.880.696,92	-\$ 86.880.696,92
1	\$ 61.091.059,92	\$ 50.074.639,28
2	\$ 85.968.883,00	\$ 57.759.260,28
3	\$ 99.180.524,00	\$ 54.619.397,66
4	\$ 106.728.719,00	\$ 48.177.246,42
5	\$ 138.581.327,00	\$ 51.274.987,39
<b>VPN</b>		<b>\$ 175.024.834,11</b>

El VPN da como resultado \$175.024.834, lo que resulta positivo, esto sugiere que el proyecto generará flujos de efectivo suficientes para cubrir tanto la inversión inicial como la tasa de descuento utilizada en el cálculo. Este resultado positivo respalda la viabilidad financiera del proyecto y lo hace atractivo desde una perspectiva de inversión.

#### **2.5.14 Tasa interna de retorno**

La tasa interna de rentabilidad o retorno (TIR), Simisterra et al. (cómo se citó en Rocabert, 2007) plantea que la TIR, expresa el crecimiento del capital en términos relativos y determina la tasa de crecimiento del capital por período.

Fórmula de la TIR:

$$TIR = i_1 + \frac{[(i_2 - i_1)(VPN_1)]}{[ABS (VPN_2 - VPN_1)]}$$

$i_1$  = Tasa de interés con el VPN positivo

$i_2$  = Tasa de interés con el VPN negativo

$VPN_1$  = Valor presente neto positivo

$VPN_2$  = Valor presente neto negativo

$ABS$  = Valor absoluto de los VAN, esto sin tener en cuenta el signo negativo

### Tabla 86

*Cálculo de la TIR*

Año	Flujo de efectivo
0	-\$ 86.880.697
1	\$ 61.091.060
2	\$ 85.968.883
3	\$ 99.180.524
4	\$ 106.728.719
5	\$ 138.581.327
TIR	87%

La viabilidad del proyecto se hace evidente al observar que la Tasa Interna de Retorno (TIR) es superior a la tasa de descuento.

#### 2.5.15 Relación costo-beneficio

Si la C/B es mayor que 1 ( $C/B > 1$ ), significa que los beneficios esperados superan los costos, lo que sugiere que el proyecto es financieramente favorable y podría ser una inversión viable.



Si la C/B es igual a 1 ( $C/B = 1$ ), los beneficios son iguales a los costos, lo que indica un equilibrio en términos de costos y beneficios.

Si la C/B es menor que 1 ( $C/B < 1$ ), los costos superan los beneficios, lo que sugiere que el proyecto no es financieramente atractivo y podría no ser una inversión recomendable.

El costo beneficio para la empresa “urcunina wau” es el siguiente:

Costo total: \$ 335'603.673

Beneficio total: \$ 362'327.129

El índice de costo-beneficio se sitúa en 1,08, indicando que los beneficios superan los costos y posicionando al proyecto como financieramente favorable e indicando una inversión viable.

#### ***2.5.16 Análisis de sensibilidad y riesgo***

Según Arias (2023), “El análisis de sensibilidad es una técnica que estudia el impacto que tienen sobre una variable dependiente de un modelo financiero las variaciones en una de las variables independientes que lo conforman”.

La materia prima constituye un elemento primordial para el desarrollo de las operaciones de la empresa. En el contexto actual, es innegable el estado deteriorado de las vías, lo que impacta directamente en el suministro de materias primas y puede ocasionar aumentos en los precios de insumos y textiles contando así con una escasa disponibilidad de materiales y colores, lo cual complica la gestión eficiente de los recursos.

Por otra parte, hay que considerar que bajo el contexto económico colombiano la inflación es inestable y con ello la fluctuación de precios hacen que las proyecciones puedan variar de manera significativa.

## **2.6 Identificación de incidencias del plan de negocio**

Hoy en día, el enfoque de las empresas ha evolucionado más allá de solo maximizar sus ganancias, abarcando diferentes dimensiones. Este cambio refleja un compromiso con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), el cual según Moreno et al. (2010):

Puede entenderse como RSE un proceso a través del cual las empresas asumen la responsabilidad por las consecuencias sociales, económicas y medioambientales de su actividad, y ello a través de dos mecanismos fundamentales: la rendición de cuentas en los tres ámbitos anteriores y ejerciendo el dialogo con los grupos interesados o afectados por la actividad. (p. 27)

Con lo anterior la RSE es un marco que integra conscientemente las consideraciones sociales y ambientales en las operaciones comerciales. La RSE no solo encarna una ética empresarial centrada en el bienestar comunitario y la sostenibilidad ambiental, sino que también reconoce que un negocio sostenible es sinónimo de una sociedad sostenible, las empresas buscan equilibrar sus objetivos económicos, promover un entorno social equitativo y un ecosistema ambiental saludable, donde el éxito corporativo se mide no solo por las ganancias económicas, sino también por el impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente.

### ***2.6.1 Incidencias económicas***

Urcunina wau tiene una visión clara de cómo generará ingresos a través de la venta de ropa para caninos, un enfoque que no solo beneficia a la empresa, sino también a todos los actores involucrados en la cadena de suministro, teniendo en cuenta que el desarrollo de este objeto social generará empleo a familias de la ciudad de Pasto, dónde esta colaboración contribuirá al crecimiento económico de la región de diversas maneras.

La empresa tiene la intención de vincular colaboradores de la misma zona, contribuyendo al desarrollo económico local, específicamente del municipio de Pasto, con un enfoque particular en el apoyo a las madres cabeza de hogar. No obstante, es importante destacar que Urcunina wau

promueve activamente la diversidad e inclusión en su proceso de contratación, proporcionando oportunidades a individuos de diversos orígenes y perfiles.

En primer lugar, contribuirá al aumento de los ingresos fiscales locales a través del pago de impuestos y tasas comerciales, dónde Urcunina wau se compromete a cumplir rigurosamente con todas las obligaciones fiscales y legales pertinentes, asegurándose de efectuar los pagos de impuestos de manera oportuna y respetar las regulaciones específicas de la industria. Además, la empresa buscará oportunidades legales para optimizar su estructura fiscal, lo que beneficiará tanto a la empresa como a la comunidad local.

Urcunina wau también ha realizado un análisis financiero que abarca proyecciones detalladas de ingresos, costos operativos, márgenes de beneficio y el punto de equilibrio para los primeros cinco años de operación. Este análisis financiero es fundamental para garantizar la viabilidad y la salud financiera de la empresa a largo plazo.

Los precios de los productos se establecerán de manera equilibrada, ofreciendo calidad a precios competitivos y manteniendo márgenes de beneficio sostenibles.

En cuanto al financiamiento inicial, Urcunina wau ha delineado un plan sólido para obtener los recursos necesarios para iniciar el negocio y administrar eficazmente el capital de trabajo a lo largo de la operación. Además, la empresa tiene una estrategia de crecimiento claramente definida que incluye la expansión gradual de su línea de productos. Este enfoque no solo aumentará los ingresos y la rentabilidad con el tiempo, sino que también permitirá a la empresa reinvertir en tecnología más avanzada y sofisticada, fortaleciendo así su capacidad de producción y posicionamiento en redes sociales. Además, se consolidarán alianzas estratégicas para impulsar el crecimiento y la expansión del negocio.

Por último, es importante destacar que Urcunina wau llevará a cabo un riguroso control y regulación en todas sus actividades contables. Esto garantiza una gestión financiera transparente y ética, lo que refuerza la confianza tanto de los clientes como de los inversores y demuestra el compromiso de la empresa con la integridad y la responsabilidad financiera.

### **2.6.2 Incidencias ambientales**

Urcunina wau se destaca por su firme compromiso con la sostenibilidad ambiental, la empresa pone un énfasis especial en la utilización de materiales amigables con el medio ambiente en la fabricación de sus prendas para caninos, la elección se centra en materiales que contribuyen a la preservación del entorno natural y la salud de las mascotas.

En primer lugar, Urcunina wau opta por telas en su mayoría biodegradables, como el algodón perchado, que está compuesto al 100% de fibra de algodón. Esta elección garantiza que las prendas se descompongan de manera natural, reduciendo la acumulación de residuos no biodegradables en el medio ambiente. Además, el uso del lino Flex, fabricado con polímeros reciclados, si bien no es biodegradable, contribuye al reciclaje de botellas PET, disminuyendo así la cantidad de plástico en circulación.

La responsabilidad no termina con la elección de materiales sostenibles. Urcunina wau implementa un sólido sistema de gestión de residuos que abarca la recolección y reciclaje de los recortes de tela y materiales sobrantes de la producción. De esta manera, se reduce significativamente la cantidad de desechos que terminan en vertederos, contribuyendo a la reducción de la huella de carbono.

Además, en línea con su visión de sostenibilidad, Urcunina wau busca establecer colaboraciones con proveedores que compartan la mayor parte de sus valores ambientales y cumplan con estándares ecológicos. Al hacerlo, la empresa no solo promueve prácticas sostenibles en su cadena de suministro, sino que también minimiza su huella de carbono global.

Urcunina wau está firmemente comprometida con la sostenibilidad ambiental en todas las etapas de su negocio, desde la selección de materiales sostenibles hasta la gestión responsable de residuos y la colaboración con proveedores eco-conscientes. La empresa tiene como misión ofrecer productos de alta calidad que cuiden tanto de las mascotas como del planeta.

### **2.6.3 Incidencias sociales**

Urcunina wau tiene un claro compromiso con el impacto positivo social, por ello ofrece una generación de empleo digno y estable, así como con el cumplimiento riguroso de todas las regulaciones legales aplicables, para con ello mejorar la calidad de vida de los colaboradores y comunidad nariñense.

Dentro de sus políticas internas, Urcunina wau establece un compromiso sólido con el cumplimiento de la normatividad en todas las áreas relacionadas con la contratación, así como con la gestión de riesgos laborales y otras responsabilidades del empleador hacia sus trabajadores. Adicionalmente, la empresa establece políticas específicas para prevenir la discriminación y el acoso en el entorno laboral, creando un ambiente de trabajo seguro y respetuoso para todos sus colaboradores.

La empresa también se distingue por su compromiso con la capacitación de la fuerza laboral local. Urcunina wau se dedica a mejorar continuamente las habilidades y conocimientos de sus empleados en el campo de la confección y el diseño de ropa para mascotas. Esto no solo beneficia a las familias locales al proporcionar empleo y mejorar sus condiciones de vida, sino que también contribuye al bienestar de sus queridas mascotas caninas.

Urcunina wau destaca la importancia de cuidar y vestir adecuadamente a las mascotas. Por lo tanto, sus productos están diseñados para ser cómodos y seguros, promoviendo al mismo tiempo el bienestar de los animales. Esta iniciativa no solo beneficia a los animales, sino que también puede aumentar la conciencia de la comunidad sobre la importancia de cuidar y respetar los derechos de los animales.

Para mantener el confort de las mascotas, Urcunina wau incorpora telas termodinámicas como la tela flannel o piel de durazno. Este material, además de ser suave y cómodo, ofrece propiedades térmicas que ayudan a mantener una temperatura adecuada para las mascotas. También se prioriza la hipoalergenicidad de las prendas, utilizando telas como el antiluido, que consiste en un 100% de poliéster, para cuidar de la salud y el bienestar de las mascotas, evitando alergias y problemas

de piel.

Cabe resaltar la identidad cultural, pese que uno de los factores diferenciadores es la prenda con diseños de las comunidades indígenas Kamsá y los Pastos, dando así a conocer y destacando las raíces de los ancestros que poco a poco han sido olvidados.

### **3. Conclusiones**

El plan de negocio se enfoca en la producción y confección de ropa para caninos, reconociendo la importancia de los perros como fieles compañeros, donde se destaca la idea de incluir a los animales en un "círculo moral ampliado" y considerar lo mejor para ellos, evidenciando que los hogares tienen un compromiso con el bienestar animal

La empresa a través del estudio de mercado que se realizó, conociendo a mejor escala la demanda y oferta, urcunina wau tiene la intención de establecer precios equilibrados, ofreciendo calidad a precios competitivos y manteniendo márgenes de beneficio sostenibles. Esto indica una preocupación por la competitividad en el mercado y la percepción de valor para los clientes. Además, Urcunina wau ha delineado un plan sólido para obtener los recursos iniciales necesarios para el inicio del negocio y para administrar eficazmente el capital de trabajo durante la operación.

La empresa tiene una estrategia de crecimiento bien definida que incluye la expansión gradual de su línea de productos. Este enfoque no solo busca aumentar ingresos y rentabilidad a lo largo del tiempo, sino también reinvertir en tecnología avanzada y fortalecer su posición en el mercado.

Respecto al estudio operacional, se espera que la localización y los planes de producción u operación se realicen en Catambuco, como la playa de ventas se localice en el centro comercial Galerías, presentando las fichas técnicas detalladamente de cada producto, donde se conoce el material y tiempo requerido para fabricar cada prenda.

Los aspectos organizacionales se estructuran de manera que urcunina Wau se esfuerza por delinear de manera precisa las responsabilidades de cada colaborador, alineándolas con sus respectivos cargos. Además de este enfoque funcional, se integran los valores fundamentales de la empresa y se establece una estructura organizacional sólida. En este contexto, se definen los reglamentos esenciales que aseguran la armonía y eficiencia en el desempeño cotidiano de las operaciones empresariales.

La empresa ha llevado a cabo una exhaustiva evaluación financiera, anticipando ingresos, costos

operativos, márgenes de beneficio y el punto de equilibrio para los primeros cinco años. Este enfoque meticuloso refleja un fuerte compromiso con la sostenibilidad a largo plazo y la salud financiera de la organización. Como resultado, se ha confirmado la rentabilidad del negocio de confección y producción. Es crucial destacar que este éxito está estrechamente vinculado al Índice de Precios al Productor (IPP), ya que la materia prima principal, las telas, se importan en su mayoría debido al contexto colombiano. Dada la naturaleza de una empresa de confección, contar con un equipo de trabajo altamente capacitado se vuelve imperativo para garantizar la eficiencia en el cumplimiento de pedidos y la excelencia en la confección.

Urcunina wau está comprometida con la responsabilidad social empresarial, por ello además de que se propone innovar con diseños basados en culturas prehispánicas, combinando un enfoque cultural con la preocupación por el medio ambiente al utilizar telas biodegradables, hipoalergénicas y se enfatiza en generar empleo a madres cabeza de hogar, permitiendo esto un crecimiento económico en la ciudad.



#### **4. Recomendaciones**

El sector de mascotas al ser un mercado relativamente nuevo se amplían las posibilidades de estudios de investigación, si bien este trabajo trata sobre la venta de ropa para perros directamente a consumidores se puede investigar la posibilidad que se realice a distribuidores, y así mismo se incrementan las variables de investigación, cabe mencionar que como estudiantes de contaduría pública es relevante que se sigan elaborando investigaciones con la metodología de plan de negocios, donde se refleje la innovación y poder generar un impacto positivo en el crecimiento de la sociedad.

En el marco del creciente interés por el bienestar de las mascotas, se vislumbra una oportunidad adicional en la personalización de la ropa para perros. Considerando la diversidad de razas y tamaños, la oferta de diseños específicos y adaptados a las necesidades de cada mascota puede ser un diferenciador clave en el mercado. La introducción de líneas temáticas, estilos variados y colaboraciones con diseñadores especializados podría elevar la propuesta de valor, atrayendo a un segmento más amplio de consumidores.

Además, el uso de materiales eco amigables podría ser un punto a favor. La creciente conciencia ambiental entre los consumidores sugiere que una línea de productos sostenibles no solo sería ética, sino también atractiva para aquellos que buscan opciones que minimicen su huella ecológica. La inclusión de detalles sobre prácticas sostenibles en la estrategia de marketing no solo contribuirá a la imagen positiva de la marca, sino que también podría resonar con los valores de los consumidores.

Explorar alianzas estratégicas con veterinarios y peluquerías para mascotas puede ser una estrategia efectiva. Establecer puntos de venta en estos lugares clave no solo aumentaría la visibilidad de la marca, sino que también podría generar confianza entre los consumidores, al asociar la ropa para perros con la recomendación de profesionales en el cuidado de mascotas.

La inclusión de un servicio de personalización, donde los dueños puedan solicitar diseños exclusivos o adaptaciones específicas, podría añadir un toque exclusivo a la marca. Esta opción no

solo fomentaría la interacción directa con los clientes, sino que también podría convertirse en una fuente adicional de ingresos.

En términos de expansión geográfica, hay que considerar la posibilidad de participar en eventos locales y ferias de mascotas. Estos espacios no solo proporcionan la oportunidad de exhibir y vender productos, sino que también permiten establecer conexiones directas con los dueños de mascotas, obteniendo valiosos comentarios e insights sobre preferencias y necesidades del mercado.

En el ámbito digital, la creación de contenido relacionado con el cuidado de mascotas, consejos de moda y participación en desafíos virales puede potenciar la presencia en redes sociales. La interacción activa con la comunidad en línea no solo construirá una base de seguidores leales, sino que también ofrecerá una plataforma para lanzamientos de nuevos productos y recopilación de opiniones.

Para fortalecer la posición financiera, considera la diversificación de productos, como accesorios para el hogar, juguetes y servicios adicionales. Esto no solo ampliará la oferta de la marca, sino que también proporcionará diversas fuentes de ingresos.

En el ámbito legal, además de la patente de marca, hay que tener en cuenta la posibilidad de proteger diseños únicos mediante registros de propiedad intelectual. Esto resguardará la originalidad de las creaciones y evitará posibles conflictos legales en el futuro. Como recomendación general, la exploración constante de nuevas ideas, la adaptación a las tendencias del mercado y el compromiso con la calidad y la ética son claves para el éxito sostenido en la industria de la moda para mascotas.

## Referencias Bibliográficas

Acevedo, M., Mataix, C., Ibisate, A., Moreno, A., Mahou, A., Topa, G., Uriarte, L. (2010). *La responsabilidad social empresarial oportunidades estratégicas, organizativas y de recursos humanos*. Ediciones Pirámide.

Alvarez, M. G. (2022, 1 mayo). *Mascotas: ahora hay más animales que niños en los hogares*. Portafolio. <https://www.portafolio.co/tendencias/mascotas-ahora-hay-mas-animales-en-la-familia-que-ninos-564824>

Arias, E. R. (2023, 4 mayo). *Análisis de sensibilidad*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/analisis-de-sensibilidad.html>

Cañizares Arévalo, J. J. (2020). El rol de la responsabilidad social empresarial para las microempresas: ¿Qué tanto se cumplen las buenas prácticas? Universidad Francisco de Paula Santander, Cúcuta - Colombia. Recuperado de <https://revistas.udes.edu.co/aibi/article/view/1651/1842>

Circular Unificada del Ministerio de Protección Social de 2004, Instrucciones al empleador y a las Administradoras de Riesgos Laborales.

Coca Carasila, A. M. (2011). La demanda. Una perspectiva de marketing: reflexiones conceptuales y aplicaciones. Universidad Católica Boliviana San Pablo, Bolivia. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941257008.pdf>

Colombia. Congreso de la República. (2010). Ley 1429 de 2010, por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo. Diario Oficial. Recuperado de [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1429\\_2010.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1429_2010.html)

Decreto 2090 de 2003, Define las actividades de alto riesgo y modifica su régimen de pensiones.

Decreto 2566 de 2009, Adopción de la tabla de enfermedades ocupacionales.

Decreto 2800 de 2003, Reglamenta la afiliación de los independientes al sistema de riesgos laborales.

Decreto 614 de 1984, Plan Nacional de Salud Ocupacional.

Decreto 917 de 2002, Manual Único de Calificación de la Invalidez.

Decreto Ley 1295 de 1994, Sistema General de Riesgos Laborales.

Delgado Bauzá, D. (2016). *“La técnica de Mystery Shopper como herramienta de análisis de calidad en la industria turística.* Universitat de les Illes Balears. [https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/3299/Delgado\\_Bauza\\_Diana.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/3299/Delgado_Bauza_Diana.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE. (2023). Índice de precios al productor. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-del-productor-ipp>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE. (2023). Índice de precios al consumidor. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc>

Departamento Nacional de Planeación. (2019, mayo). *Kit de planeación territorial.* DNP. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Empresarial/Methodolog%C3%ADa.pdf>

Departamento Nacional de Planeación. (2023). Triage poblacional territorial. TerriData. Recuperado de <https://terridata.dnp.gov.co/index-app.html#/triage>

Durán, C. B. (2022, 11 junio). *Así se mueve el multimillonario negocio de las mascotas en*

Colombia. Forbes Colombia. <https://forbes.co/2022/06/11/negocios/asi-se-mueve-el-multimillonario-negocio-de-las-mascotas-en-colombia>

Editorial La República S.A.S. (2022, 9 diciembre). *La comida para mascotas ha facturado en total \$1,2 billones hasta octubre de 2022*. Diario La República. <https://www.larepublica.co/empresas/la-comida-para-mascotas-ha-facturado-en-total-1-2-billones-hasta-octubre-de-2022-3505430>

Enríquez, D., Lopez, M., Mejía, J., & Zambrano, C. (2019). *Informe final viabilidad para penetrar el mercado textil con una nueva marca de ropa ecológica en Pasto*. Universidad de Nariño. <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/7824/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Figueroa, D., Camargo, D., Quevedo, M., & Artunduaga, J. (2023, 11 abril). *Comunidad indígena Kamsá*. Universidad Nacional Abierta y Distancia. <https://decoprovi.blogspot.com/>

Hernández Martínez, L. (2017, octubre). *Apuntes de mercadotecnia*. Universidad Autónoma del Estado de México. Recuperado 14 de marzo de 2023, de [http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/69943/secme-3766\\_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=Microambiente%3A%20fuerzas%20cercanas%20a%20la,los%20competidores%20y%20los%20p%C3%ABlicos](http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/69943/secme-3766_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=Microambiente%3A%20fuerzas%20cercanas%20a%20la,los%20competidores%20y%20los%20p%C3%ABlicos).

Koscinczuk, P. (2017). Domesticación, bienestar y relación entre el perro y los seres humanos. *Revista veterinaria*, 28(1), 78-87. Recuperado en 10 de mayo de 2023, de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1669-68402017000100015&lng=es&tlng=en](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1669-68402017000100015&lng=es&tlng=en).

Ley 1010 de 2006, Definición, constitución y sanciones por acoso laboral.

Ley 361 de 1997, Integración laboral de personas discapacitadas.

Ley 797 de 2003, Reforma al Sistema General de Pensiones.

Ley 828 de 2003, Control a la evasión del sistema de seguridad social.

Ley 860 de 2003, Requisitos para obtener la pensión de invalidez.

Ley 9 de 1979, Código Sanitario Nacional.

Lorduy, J. P. M. (2022, 26 agosto). *Compras 'online' de productos para mascotas crecen un 40%*. Portafolio. <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/compras-online-de-productos-para-mascotas-crecen-un-40-570160>

Mesa Thorne, K. (2021). Ficha técnica de diseño y confección [Video]. SENA - Regional Atlántico. <https://www.youtube.com/watch?v=OhNO3wqbakw>

Mosquera Tello, C. (2018). *Plan de negocios "Mascota fashion"*. Universidad de cuenca. <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/2884/1/td4348.pdf>

Núñez Suárez, A. P., & García Barón, M. J. (2022). Plan de negocio para la creación de una empresa productora de bordados y confecciones. Universidad Cooperativa De Colombia. Recuperado de <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/98e7408e-5298-4a23-95e1-963f2a453c3f/content>

Observatorio Laboral para la Educación - OLE. (2023). Histórico del salario mínimo en Colombia (1894-2022). Recuperado de <https://ole.mineduacion.gov.co/porta1/Contenidos/Documento/388408:Historico-del-Salario-minimo-en-Colombia-1894-2022>

Ortiz Anaya, H. (2011). *Análisis financiero aplicado y principios de administración financiera*. Universidad externada de Colombia.

Otzen, T., & Monterola, C. (2017). *Técnicas de Muestreo sobre una población a estudio*. Scielo.  
<https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>

Resolución 0156 de 2005, Adopción de formatos de informe de accidente de trabajo y enfermedad profesional.

Resolución 1013 de 2008, Guías de Atención Integral en Salud y Seguridad en el Trabajo.

Resolución 1016 de 1989, Reglamenta los programas de Salud y Seguridad en el Trabajo en las empresas.

Resolución 1075 de 1992, Prevención de la farmacodependencia, alcoholismo y tabaquismo en el trabajo.

Resolución 1401 de 2007, Procedimientos legales para la investigación y reporte de accidentes de trabajo.

Resolución 1570 de 2005, Sistema de Información Único para el registro de Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales en las empresas, ARP y EPS.

Resolución 1918 de 2009, Práctica de las evaluaciones médicas ocupacionales y la guarda, archivo y custodia de estas.

Resolución 2013 de 1986, Comité Paritario de Salud Ocupacional.

Resolución 2087 de 2013, Afiliación de independientes.

Resolución 2400 de 1979, Estatuto de Seguridad Industrial.

Resolución 2646 de 2007, Programa Empresarial de Riesgo Psicosocial.

Resolución 2844 de 2007, Guías de Atención Integral en Salud y Seguridad en el Trabajo.

Rodríguez Castro, C., & Sánchez Arnedo, M. (2018, febrero). *Plan de negocios para la creación de la “Tienda de Mascotas San Francisco”, en la ciudad de Santa Marta*. Universidad Jorge Tadeo Lozano.  
<https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/3226/Plan%20de%20negocios%20Tienda%20de%20mascotas%20febrero%202013%202017%20aprobado-1.pdf?sequence=1>

Rojas Ortiz, M. A. (2020). *“Plan de negocios para la creación de una empresa de ropa femenina mediante la renovación de prendas de vestir en la ciudad de Ibagué”*. Universidad de Ibagué.  
<https://repositorio.unibague.edu.co/bitstream/20.500.12313/2698/2/Trabajo%20de%20grado.pdf>

Torres-Degró, A. (2011). Tasas de crecimiento poblacional ( $r$ ): Una mirada desde el modelo matemático lineal, geométrico y exponencial. CIDE Digital. Recuperado de <https://revistas.upr.edu/index.php/cidedigital/article/view/11774/9736>

Valenzuela Imbago, A. (2019, abril). *Identidad cultural del pueblo indígena Pastos, y su relación con la sostenibilidad del territorio*. Universidad de Manizales.  
<https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/bitstream/handle/20.500.12746/4356/Art%C3%ADculo%20principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y>





## Anexos

### Anexo A. Encuesta aplicada a clientes.

Buen día, la presente encuesta es realizada por estudiantes de la Universidad Mariana, pertenecientes al programa de contaduría pública, el cual está invitado a participar en la encuesta "Urcunina Wau" referente a ropa para perros. Tomará aproximadamente 5 minutos completar el cuestionario. Su participación en este estudio es completamente voluntaria. No existen riesgos previsibles asociados con este proyecto.

Sin embargo, si no se siente cómodo respondiendo alguna pregunta, puede retirarse de la encuesta en cualquier momento. Es muy importante conocer sus opiniones. Sus respuestas a la encuesta serán estrictamente anónimas, confidenciales y los datos de esta investigación se informarán solo en conjunto. Si tiene preguntas en cualquier momento sobre la encuesta o los procedimientos, puede comunicarse por correo electrónico a la dirección de correo electrónico [angieibarra@umariana.edu.co](mailto:angieibarra@umariana.edu.co)

Muchas gracias por su tiempo y apoyo. Comience con la encuesta ahora.

\* Obligatoria

Barrio de residencia: \_\_\_\_\_

1. ¿A qué estrato pertenece? \* (Única respuesta)

- 1 ( )
- 2 ( )
- 3 ( )
- 4 ( )
- 5 ( )
- 6 ( )

2. ¿Tiene perros como mascota? \* (Única respuesta)

- Si ( )
- No ( )

\*Si su respuesta fue "No" pase a la pregunta No. 5

3. ¿Cuántos perros tiene en su hogar? (Única respuesta)

- 1 ( )
- 2 ( )

- 3 ( )
- 4 o más ( )

4. ¿Está usted interesado en adquirir ropa para perros? \* (Única respuesta)

- Si ( )
- No ( )

\*Si su respuesta anterior fue “No” Finalice el cuestionario.

5. ¿Compra usted ropa para perros? \* (Única respuesta)

- Si ( )
- No ( )

6. Seleccione según su grado de importancia los factores que para usted son determinantes al momento de comprar ropa para perros.

	No importante	Un poco importante	Importante	Muy importante
Calidad en la tela	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Precio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diseño	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Originalidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tallaje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. ¿Cuál es la principal razón por la que le compraría ropa a su perro? (Única respuesta)

- Por abrigo ( )
- Por moda ( )
- Para eventos especiales ( )
- Por el cuidado de su piel ( )
- Por protección ( )
- Otras ( )

8. ¿En qué lugar le compra ropa a su perro? (Única respuesta)

- Pet shop ( )
- Veterinaria ( )
- Supermercado ( )

Boutique ( )  
Página web ( )  
Otras ( )

9. ¿Compraría usted este modelo para salir con su perro a realizar actividades físicas? (Única respuesta)



Si ( )  
No ( )

10. ¿Cuál sería el precio máximo que estaría dispuesto a pagar por este modelo? (Única respuesta)

\$18.000 - \$23.000 ( )  
\$24.000 - \$30.000 ( )  
\$31.000 - \$40.000 ( )

11. ¿Compraría usted este modelo para su perro? (Única respuesta)



Si ( )  
No ( )

12. ¿Cuál sería el precio máximo que estaría dispuesto a pagar por este modelo? (Única respuesta)

\$18.000 - \$23.000 ( )  
\$24.000 - \$30.000 ( )

\$31.000 - \$40.000 ( )

13. ¿Estaría interesado en adquirir ropa para perros con diseños representativos de las culturas de Los Pastos y La comunidad indígena Kamsá? (Única respuesta)



Si ( )

No ( )

14. ¿Cuál sería el precio máximo que estaría dispuesto a pagar por este modelo? (Única respuesta)

\$18.000 - \$23.000 ( )

\$24.000 - \$30.000 ( )

\$31.000 - \$40.000 ( )

15. ¿Estaría interesado en adquirir ropa para perros con logos de equipos deportivos colombianos? (Única respuesta)



Si ( )

No ( )

16. ¿Cuál sería el precio máximo que estaría dispuesto a pagar por este modelo? (Única respuesta)

\$18.000 - \$23.000 ( )

\$24.000 - \$30.000 ( )

\$31.000 - \$40.000 ( )

17. ¿Compraría usted este modelo para su perro? (Única respuesta)



Si ( )

No ( )

18. ¿Cuál sería el precio máximo que estaría dispuesto a pagar por este modelo? (Única respuesta)

\$18.000 - \$23.000 ( )

\$24.000 - \$30.000 ( )

\$31.000 - \$40.000 ( )

19. ¿Compraría usted este modelo para su perro? (Única respuesta)



Si ( )

No ( )

20. ¿Cuál sería el precio máximo que estaría dispuesto a pagar por este modelo? (Única respuesta)

\$18.000 - \$23.000 ( )

\$24.000 - \$30.000 ( )

\$31.000 - \$40.000 ( )

21. ¿Compraría usted este modelo para salir con su perro a realizar actividades físicas? (Única respuesta)



Si ()  
No ()

22. ¿Cuál sería el precio máximo que estaría dispuesto a pagar por este modelo? (Única respuesta)

\$18.000 - \$23.000 ()  
\$24.000 - \$30.000 ()  
\$31.000 - \$40.000 ()

23. Califique de 1 a 5 la importancia de un servicio de tallaje para ropa de perros \* (Única respuesta)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

24. ¿Con que frecuencia le compraría prendas de vestir a su perro? (Única respuesta)

Más de dos veces al año ()  
Dos veces al año ()  
Una vez al año ()  
Después de un año ()

25. ¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre productos? (Única respuesta)

Correo electrónico ()  
Catálogos virtuales ()  
Catálogos físicos ()  
Redes sociales ()  
Otras ()



## Anexo B. Encuesta aplicada a los proveedores

Buen día, la presente encuesta es realizada por estudiantes de la Universidad Mariana, pertenecientes al programa de contaduría pública, el cual está invitado a participar en la encuesta "Urcunina Wau" referente a ropa para perros. Tomará aproximadamente 5 minutos completar el cuestionario. Su participación en este estudio es completamente voluntaria. No existen riesgos previsible asociados con este proyecto.

Sin embargo, si no se siente cómodo respondiendo alguna pregunta, puede retirarse de la encuesta en cualquier momento. Es muy importante conocer sus opiniones. Sus respuestas a la encuesta serán estrictamente anónimas, confidenciales y los datos de esta investigación se informarán solo en conjunto. Si tiene preguntas en cualquier momento sobre la encuesta o los procedimientos, puede comunicarse por correo electrónico a la dirección de correo electrónico [angieibarra@umariana.edu.co](mailto:angieibarra@umariana.edu.co)

**Nombre del establecimiento:**

**Dirección:**

1. ¿Qué materiales usted dispone?

Malla	Antifluído Nike	Antifluído estampado	Algodón perchado	Piel de durazno	Felpa	Rit de algodón	Rit de poliéster	Tela reflective

2. ¿Cuál es la cantidad mínima que puede vender?

Malla	Antifluído Nike	Antifluído estampado	Algodón perchado	Piel de durazno	Felpa	Rit de algodón	Rit de poliéster	Tela reflective

3. De los materiales anteriormente marcados ¿Cuál es su precio al por menor?

Malla	Antifluído Nike	Antifluído estampado	Algodón perchado	Piel de durazno	Felpa	Rit de algodón	Rit de poliéster	Tela reflective

4. De los materiales disponibles ¿Tienen algún tipo de descuento?

Malla	Antifluído Nike	Antifluído estampado	Algodón perchado	Piel de durazno	Felpa	Rit de algodón	Rit de poliéster	Tela reflective

5. ¿Qué condiciones hay que cumplir para adquirir sus descuentos?

Malla	Antifluido Nike	Antifluido estampado	Algodón perchado	Piel de durazno	Felpa	Rit de algodón	Rit de poliéster	Tela reflectiva

6. ¿Qué otras telas pueden reemplazar las mencionadas, que el proveedor si tenga disponible?

Malla	Antifluido Nike	Antifluido estampado	Algodón perchado	Piel de durazno	Felpa	Rit de algodón	Rit de poliéster	Tela reflectiva

7. ¿Qué colores tiene disponibles?

Malla	Antifluido Nike	Antifluido estampado	Algodón perchado	Piel de durazno	Felpa	Rit de algodón	Rit de poliéster	Tela reflectiva

8. ¿Maneja servicio a domicilio?

SI	NO

9. Si su respuesta fue si ¿Cuáles son las condiciones para acceder al servicio de domicilio y que precio tiene?

10. ¿Qué formas de pago maneja? (Múltiple respuesta)

Contado	
Crédito	
Convenio con entidades financieras	





### Anexo C. Encuesta aplicada a proveedores de insumos

Buen día, la presente encuesta es realizada por estudiantes de la Universidad Mariana, pertenecientes al programa de contaduría pública, el cual está invitado a participar en la encuesta "Urcunina Wau" referente a ropa para perros. Tomará aproximadamente 5 minutos completar el cuestionario. Su participación en este estudio es completamente voluntaria. No existen riesgos previsibles asociados con este proyecto.

Sin embargo, si no se siente cómodo respondiendo alguna pregunta, puede retirarse de la encuesta en cualquier momento. Es muy importante conocer sus opiniones. Sus respuestas a la encuesta serán estrictamente anónimas, confidenciales y los datos de esta investigación se informarán solo en conjunto. Si tiene preguntas en cualquier momento sobre la encuesta o los procedimientos, puede comunicarse por correo electrónico a la dirección de correo electrónico [angieibarra@umariana.edu.co](mailto:angieibarra@umariana.edu.co)

**Nombre del establecimiento:**

**Dirección:**

1. ¿Qué materiales usted dispone?

Broches plásticos medianos	Broches plásticos grandes	Cierres y cremalleras	Hilos	Hilazas	Agujas	Metros tizas y	Cinta falla

2. ¿Cuánto es la cantidad mínima que puede vender?

Broches plásticos medianos	Broches plásticos grandes	Cierres y cremalleras	Hilos	Hilazas	Agujas	Metros tizas y	Cinta falla

3. De los materiales anteriormente marcados ¿Cuál es su precio al por menor?

Broches plásticos medianos	Broches plásticos grandes	Cierres y cremalleras	Hilos	Hilazas	Agujas	Metros tizas y	Cinta falla

4. De los materiales disponibles ¿Tienen algún tipo de descuento?

Broches plásticos medianos	Broches plásticos grandes	Cierres y cremalleras	Hilos	Hilazas	Agujas	Metros tizas y	Cinta falla

5. ¿Qué condiciones hay que cumplir para adquirir sus descuentos?

Broches plásticos medianos	Broches plásticos grandes	Cierres y cremalleras	Hilos	Hilazas	Agujas	Metros y tizas	Cinta falla

6. ¿Qué otras telas pueden reemplazar las mencionadas, que el proveedor si tenga disponible?

Broches plásticos medianos	Broches plásticos grandes	Cierres y cremalleras	Hilos	Hilazas	Agujas	Metros y tizas	Cinta falla

7. ¿Qué colores tiene disponibles?

Broches plásticos medianos	Broches plásticos grandes	Cierres y cremalleras	Hilos	Hilazas	Agujas	Metros y tizas	Cinta falla

8. ¿Maneja servicio a domicilio?

SI	NO

9. Si su respuesta fue si ¿Cuáles son las condiciones para acceder al servicio de domicilio y que precio tiene?

\_\_\_\_\_

10. ¿Qué formas de pago maneja? (Múltiple respuesta)

Contado	
Crédito	
Convenio con entidades financieras	

11. ¿Maneja compras sobre pedidos?

SI	NO

12. Si su respuesta fue si ¿Cuáles son las condiciones para acceder al servicio de sobre pedido, tiene algún sobrecosto y cuánto tiempo demora?

\_\_\_\_\_



**Anexo D.** Cuadro guía para análisis de la competencia.

<b>Datos</b>	<b>Nombre del establecimiento, ej. Benji Pet shop</b>
<b>Precio de productos que se asemejen a los de “Urcunina wau”</b>	
<b>Calidad en sus productos (Identificación de telas)</b>	
<b>Servicios ofrecidos, en venta y postventa (Personalización, tallaje, entre otros)</b>	
<b>Ubicación del establecimiento</b>	
<b>Contacto</b>	
<b>Canales de comunicación</b>	

**Anexo E.** Base de datos TerriData (población en el municipio de Pasto).

	B	D	E	G	H	J	L	M
1	Departamento	Entidad	Dimensión	Indicador	Dato Numérico	Año	Fuen	Unidad de Medida
463815	Nariño	Pasto	Demografía y población	Población total de hombres	185.707,00	2018	DANE - I	Hombres
464620	Nariño	Pasto	Demografía y población	Población total de hombres	185.416,00	2019	DANE - I	Hombres
466085	Nariño	Pasto	Demografía y población	Población total de hombres	185.141,00	2020	DANE - I	Hombres
466890	Nariño	Pasto	Demografía y población	Población total de hombres	184.705,00	2021	DANE - I	Hombres
468355	Nariño	Pasto	Demografía y población	Población total de hombres	184.314,00	2022	DANE - I	Hombres
469490	Nariño	Pasto	Demografía y población	Población total de hombres	183.962,00	2023	DANE - I	Hombres
470625	Nariño	Pasto	Demografía y población	Población total de mujeres	207.223,00	2018	DANE - I	Mujeres
471430	Nariño	Pasto	Demografía y población	Población total de mujeres	207.332,00	2019	DANE - I	Mujeres
472895	Nariño	Pasto	Demografía y población	Población total de mujeres	207.448,00	2020	DANE - I	Mujeres
473700	Nariño	Pasto	Demografía y población	Población total de mujeres	207.862,00	2021	DANE - I	Mujeres
475165	Nariño	Pasto	Demografía y población	Población total de mujeres	208.695,00	2022	DANE - I	Mujeres
476300	Nariño	Pasto	Demografía y población	Población total de mujeres	209.514,00	2023	DANE - I	Mujeres

Anexo F. Cotización de necesidades y requerimientos, maquinaria y equipo.



MÁQUINAS TITUS  
Plana Mecanica Industrial Zoje Zj 8900 + Motor Ahorrador  
COP 1,200,000.00  
Didacris  
COP 25,000.00 delivery



MÁQUINAS TITUS  
Fileteadora Industrial Kansew KS 757 F Máquina De Coser  
COP 1,899,900.00  
SMS Electronic SAS  
Free delivery



\$419,000  
\$ 343.580 18% OFF



Troqueladora manual

TROQUELADORA MANUAL NACIONAL

\$532.000 \$232.000



Mesa de Dibujo 117x72x62-93cm - Just Home Collection

Opciones de compra

Acerca de estos resultados

OFERTA

COP 499,900.00 ~~COP 599,900.00~~

La fecha de entrega y el costo se muestran al confirmar la compra

Homecenter

Visitar sitio



Escritorio Mesa de Computador en L con Archivador Bertolini Color Caramelo

Opciones de compra

Acerca de estos resultados

COP 599,900.00 Used

Olimpica  
+Delivery

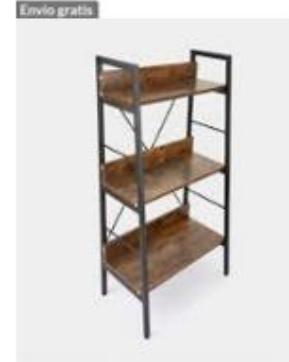
Visitar sitio

Computador Intel Celeron N4000 Uhd 600 1tb 8gb Pc Led 22 por Ultra Gamer

1/3



\$1,449,900  
\$ 1.099.900 24% OFF



Envío gratis

\$ 279.900 / Und

Vendido por Homecenter

AliExpress



COP 699,900.00

Refurbished  
Refurbi  
Free delivery

Código de producto: 468561



Cargando comentarios...  
**\$ 199.990**



RECIBE MAÑANA

Escritorio Moderno de Oficina con Repisas en MDP 120 cm Atlanter - Mueble - Mueble

Envío gratis



**\$ 229.900** ~~22%~~  
**\$ 249.900**  
6-420-990

100

Mueble Mesón Para Caja Registradora Con 2 Cajas Con Llave

1/4



Espejo de arco de longitud completa, 65 "x 24", negro

Visitar >



Pulse para acercar



**Computador Portatil ASUS X415EA Intel Core i3 + 4gb RAM + 256Gb SSD de 14 Pulgadas (Codigo 75440 T.5)**

por ASUS

~~\$1.750.000,00~~ **\$1.440.000,00**