

Creación de empresa y plan de negocio de pijamas para embarazadas y lactantes Au Dodo



Creación de empresa y plan de negocio de pijamas para embarazadas y lactantes Au Dodo

KATHERINE JOHANA HENAO VIGOYA

JOSE LUIS MELENDEZ MORENO

Universidad Ean

Facultad de Ingeniería

Maestría en Gerencia de Proyectos

Bogotá, Colombia

15/07/2024

KATHERINE JOHANA HENAO VIGOYA

JOSE LUIS MELENDEZ MORENO

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

MAGISTER EN GERENCIA DE PROYECTOS

Director (a):

Paula Echeverry Perez

Modalidad:

Creación de Empresa

Universidad Ean

Facultad de Ingeniería

Maestría en Gerencia de Proyectos

Bogotá, Colombia

15/07/2024

Nota de aceptación:

Firma del jurado

Firma del jurado

Firma del director del trabajo de grado

Ciudad, día/mes/año

Agradecemos a Dios por toda la sabiduría que nos ha dado durante este proceso de materialización de un sueño. A nuestras familias, que han sido constante apoyo y aliento para seguir adelante.

Agradecimientos

Agradecimiento especial a la diseñadora de moda Oriana Pugliese, CEO de la empresa Au Dodo, quien ha compartido sus conocimientos técnicos y gerenciales mostrando en detalle hasta donde ha llevado el negocio, que inició como un emprendimiento personal al ver una necesidad que aún sigue insatisfecha en la ciudad de Bogotá y que espera con este plan de negocio poder llegar a más madres que quieren disfrutar de comodidad y buen estilo durante su embarazo y lactancia.

Resumen

Este proyecto se enfoca en la creación de una empresa dedicada a la confección y comercialización de pijamas diseñados específicamente para mujeres embarazadas. Con un enfoque en la comodidad, practicidad y estilo, nuestra empresa busca satisfacer las necesidades únicas de las futuras mamás durante el período de gestación.

El proyecto aborda la identificación del mercado objetivo, comprendiendo las tendencias y necesidades de las mujeres embarazadas en términos de prendas de dormir. Se propone una estrategia de diseño que integra materiales suaves y elásticos, así como soluciones innovadoras para adaptarse al crecimiento del vientre durante el embarazo.

El análisis de mercado revela una demanda creciente de productos específicamente diseñados para mujeres embarazadas, brindando una oportunidad significativa para introducir nuestra línea de pijamas especializados. Se planea una estrategia de marketing centrada en las plataformas en línea, redes sociales y colaboraciones con influencers para aumentar la visibilidad de la marca y llegar a nuestro público objetivo de manera efectiva.

La viabilidad financiera del proyecto se evalúa mediante un análisis exhaustivo de costos de producción, fijación de precios y proyecciones de ingresos. Se consideran también posibles fuentes de financiamiento y modelos de negocio sostenibles para garantizar la rentabilidad a largo plazo.

En conclusión, este proyecto propone una iniciativa empresarial innovadora y orientada al mercado, que busca satisfacer una necesidad específica dentro del segmento de moda para embarazadas. Con un enfoque en la calidad, la comodidad y el diseño, nuestra empresa aspira a convertirse en un referente en la industria de la moda prenatal.

Palabras Claves Embarazo, Pijamas, Comodidad, Estilo, Confección, Practicidad, Mercado objetivo

Abstract

This project focuses on the creation of a company dedicated to the manufacturing and marketing of pajamas designed specifically for pregnant women. With a focus on comfort, practicality and style, our company seeks to meet the unique needs of expectant mothers during the gestation period.

The project addresses the identification of the target market, understanding the trends and needs of pregnant women in terms of sleepwear. A design strategy is proposed that integrates soft and elastic materials, as well as innovative solutions to adapt to the growth of the belly during pregnancy.

Market analysis reveals growing demand for products specifically designed for pregnant women, providing a significant opportunity to introduce our line of specialized pajamas. A marketing strategy focused on online platforms, social networks and collaborations with influencers is planned to increase brand visibility and reach our target audience effectively.

The financial viability of the project is evaluated through a comprehensive analysis of production costs, pricing and revenue projections. Possible sources of financing and sustainable business models are also considered to guarantee long-term profitability.

In conclusion, this project proposes an innovative and market-oriented business initiative that seeks to satisfy a specific need within the pregnancy fashion segment. With a focus on quality, comfort and design, our company aims to become a benchmark in the prenatal fashion industry.

Keywords

Pregnancy, Pajamas, Comfort, Style, Preparation, Practicality, Target market

TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN.....	18
2.	NATURALEZA DEL PROYECTO	24
2.1.	<i>IDEA DEL NEGOCIO.....</i>	24
2.2.	<i>DESCRIPCION DEL MODELO DE NEGOCIO</i>	24
2.3.	<i>OBJETIVOS EMPRESARIALES A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO.....</i>	25
2.4.	<i>ESTADO ACTUAL DEL NEGOCIO</i>	26
2.5.	<i>DESCRIPCION DE PRODUCTOS O SERVICIOS.....</i>	27
2.6.	<i>NOMBRE, TAMAÑO Y UBICACIÓN DE LA EMPRESA</i>	27
2.7.	<i>VENTAJAS COMPETITIVAS DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO.....</i>	28
3.	ANÁLISIS DEL SECTOR.....	29
3.1.	<i>CARACTERISTICAS DEL SECTOR.....</i>	29
3.2.	<i>ANALISIS DE LAS FUERZAS QUE IMPACTAN EL NEGOCIO</i>	30
3.3.	<i>ANALISIS DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS.....</i>	32
3.4.	<i>ANALISIS DE LOS COMPETIDORES Y SU MERCADO</i>	35
3.5.	<i>VIABILIDAD DEL SECTOR.....</i>	39
3.7.	<i>ANÁLISIS DEL CLIENTE FRENTE A LA PROPUESTA DE VALOR</i>	43
4.	ESTRATEGIA Y PLAN DE INTRODUCCIÓN DE MERCADO	46
4.1.	<i>VALIDACION E INVESTIGACION DEL MERCADO</i>	46
4.1.1.	<i>Estudio piloto de mercado.....</i>	46

4.1.2.	<i>Resultados encuesta realizada</i>	48
4.1.3.	<i>Análisis de la demanda</i>	63
4.1.3.1.	<i>Demanda Potencial</i>	63
4.1.3.2.	<i>Demanda real</i>	63
4.1.3.3.	<i>Demanda efectiva</i>	64
4.1.3.4.	<i>Demanda Insatisfecha</i>	64
4.2.	ESTRATEGIAS DE PRODUCTO	65
4.2.1.	<i>Marca y logotipo</i>	65
4.2.2.	<i>Etiqueta</i>	66
4.2.3.	<i>Empaque</i>	66
4.3.	ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCION	67
4.3.1.	<i>Definición del mercado</i>	67
4.3.2.	<i>Canal de comercialización</i>	67
4.4.	ESTRATEGIA DE PRECIO	68
4.5.	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	68
5.	ASPECTOS TÉCNICOS	69
5.1.	<i>FICHA TÉCNICA</i>	69
5.3.	<i>CAPACIDAD INSTALADA</i>	73
5.5.	<i>PLAN DE PRODUCCION</i>	76
5.5.1.	<i>FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO</i>	78
5.6.	<i>INFRAESTRUCTURA</i>	82

5.7.	TECNOLOGIA EMPLEADA.....	82
5.8.	PERSONAL DE LA EMPRESA	85
5.9.	MATERIAS PRIMAS Y SUMINISTROS.....	85
6.	ASPECTOS ORGANIZACIONALES Y LEGALES	87
6.1.	ANÁLISIS ESTRATÉGICO	87
6.2.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL / PERFILES Y FUNCIONES.....	88
6.3.	ORGANIGRAMA	91
6.4.	FACTORES CLAVE DE LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO.....	91
6.5.	ASPECTOS LEGALES Y TIPO DE SOCIEDAD.....	92
7.	ESTUDIO FINANCIERO	93
7.1.	ACTIVOS FIJOS.....	93
7.2.	ACTIVOS DIFERIDOS	97
7.3.	CAPITAL DE TRABAJO	98
7.4.	FINANCIAMIENTO.....	105
7.5.	COSTOS Y PRESUPUESTOS DE INGRESOS	105
7.6.	ESTADOS FINANCIEROS	119
7.7.	EVALUACIÓN FINANCIERA	123
8.	ENFOQUE HACIA LA SOSTENIBILIDAD	127

8.1.	<i>DIMENSIÓN SOCIAL:</i>	127
8.2.	<i>DIMENSIÓN AMBIENTAL:</i>	127
8.3.	<i>DIMENSIÓN ECONÓMICA:</i>	128
8.4.	<i>DIMENSIÓN DE GOBERNANZA:</i>	128
9.	CONCLUSIONES.....	130
10.	REFERENCIAS	132
11.	ANEXOS.....	138
11.1.	<i>ANEXO A. Financiamiento del préstamo a Bancoldex.....</i>	<i>138</i>
11.2.	<i>ANEXO B.</i>	<i>140</i>
11.2.1.	<i>B.1. Presupuesto general del costo pijamas Boréal</i>	<i>140</i>
11.2.2.	<i>B.2. Presupuesto general del costo pijamas Nuage</i>	<i>141</i>
11.2.3.	<i>B.3. Presupuesto general del costo pijamas Eclair.....</i>	<i>142</i>
11.2.4.	<i>B.4. Presupuesto general del costo pijamas Etoile Rosé.....</i>	<i>143</i>
11.2.5.	<i>B.5. Presupuesto general del costo pijamas Etoile Vert</i>	<i>144</i>
11.3.	<i>ANEXO C.</i>	<i>145</i>
11.3.1.	<i>C.1. Costos fijos y variables Boréal.....</i>	<i>145</i>
11.3.2.	<i>C.2. Costos fijos y variables Nuage.....</i>	<i>146</i>
11.3.3.	<i>C.3. Costos fijos y variables Éclair</i>	<i>147</i>
11.3.4.	<i>C.4. Costos fijos y variables Etoile Rosé.....</i>	<i>148</i>
11.3.5.	<i>C.5. Costos fijos y variables Etoile Vert.....</i>	<i>149</i>

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1 Valor diferencial de la empresa.....	22
Ilustración 2 Lienzo de la propuesta de valor Au Dodo	23
Ilustración 3 Localización de la empresa Au Dodo	28
Ilustración 4 Análisis DOFA	32
Ilustración 5 Análisis CAME.....	33
Ilustración 6 Nacimientos 2022	40
Ilustración 7 Análisis de Pestel.....	41
Ilustración 8 Pregunta 1 de la encuesta	48
Ilustración 10 Pregunta 4 de la encuesta.....	49
Ilustración 11 <i>Pregunta 5 de la encuesta</i>	50
Ilustración 12 <i>Pregunta 6 de la encuesta</i>	51
Ilustración 13 <i>Pregunta 7 de la encuesta</i>	52
Ilustración 14 <i>Pregunta 9 de la encuesta</i>	53
Ilustración 15 <i>Pregunta 9 de la encuesta</i>	55
Ilustración 16 <i>Pregunta 11 de la encuesta</i>	55
Ilustración 17 Pregunta 12 de la encuesta.....	56
Ilustración 18 <i>Pregunta 13 de la encuesta</i>	57
Ilustración 19 <i>Pregunta 14 de la encuesta</i>	58
Ilustración 20 Pregunta 15 de la encuesta.....	58
Ilustración 21 Pregunta 16 de la encuesta.....	59
Ilustración 22 Pregunta 17 de la encuesta.....	60
Ilustración 23 <i>Pregunta 18 de la encuesta</i>	61

Ilustración 24 Pregunta 19 de la encuesta.....	62
Ilustración 25 <i>Pregunta 20 de la encuesta</i>	62
Ilustración 26 Logotipo de la marca de ropa	66
Ilustración 27 Etiqueta de la marca	66
Ilustración 28 Empaque de la empresa	66
Ilustración 29 Página de Facebook, Instagram y TikTok de la empresa	69
Ilustración 30 Características técnicas diferenciadoras del producto Au Dodo.....	70
Ilustración 31 Diseño de pijama Etoile Vert.....	70
Ilustración 32 Diseño de pijama Etoile Rosé.....	70
Ilustración 33 <i>Diseño de pijama Boreal</i>	71
Ilustración 34 Diseño de pijama Lumier	71
Ilustración 35 Diseño de pijama Nuage.....	71
Ilustración 36 <i>Diseño de pijama éclair</i>	72
Ilustración 37 Distribución de taller y punto de venta de "Au Dodo"	82
Ilustración 38 <i>Organigrama Au Dodo</i>	91

Lista de tablas

Tabla 1 Principales competidores	36
Tabla 2 Pregunta 1 de la encuesta.....	48
Tabla 3 Pregunta 2 de la encuesta.....	48
Tabla 4 Pregunta 3 de la encuesta.....	49
Tabla 5 Pregunta 4 de la encuesta.....	49
Tabla 6 <i>Pregunta 5 de la encuesta</i>	50
Tabla 7 <i>Pregunta 6 de la encuesta</i>	51

Tabla 8 <i>Pregunta 7 de la encuesta</i>	52
Tabla 9 <i>Pregunta 8 de la encuesta</i>	52
Tabla 10 <i>Pregunta 8 de la encuesta</i>	52
Tabla 11 <i>Pregunta 9 de la encuesta</i>	53
Tabla 12 <i>Pregunta 10 de la encuesta</i>	54
Tabla 13 <i>Pregunta 11 de la encuesta</i>	55
Tabla 14 <i>Pregunta 12 de la encuesta</i>	56
Tabla 15 <i>Pregunta 13 de la encuesta</i>	57
Tabla 16 <i>Pregunta 14 de la encuesta</i>	57
Tabla 17 <i>Pregunta 15 de la encuesta</i>	58
Tabla 18 <i>Pregunta 16 de la encuesta</i>	59
Tabla 19 <i>Pregunta 17 de la encuesta</i>	60
Tabla 20 <i>Pregunta 18 de la encuesta</i>	60
Tabla 21 <i>Pregunta 19 de la encuesta</i>	61
Tabla 22 <i>Pregunta 20 de la encuesta</i>	62
Tabla 23 <i>Demanda potencial</i>	63
Tabla 24 <i>Demanda real</i>	64
Tabla 25 <i>Demanda efectiva</i>	64
Tabla 26 <i>Demanda insatisfecha</i>	65
Tabla 27 <i>Precios referenciales</i>	68
Tabla 28 <i>Cálculo de la cantidad de procesos productivos de las pijamas Au Dodo</i>	73
Tabla 29 <i>Capacidad Instalada</i>	74
Tabla 30 <i>Capacidad utilizada</i>	75
Tabla 31 <i>Aprovechamiento de la capacidad instalada y utilizada</i>	75

Tabla 32 Participación en el mercado de "Au Dodo"	76
Tabla 33. Proceso de fabricación de un pijama "Au Dodo"	77
Tabla 34. <i>Simbología del proceso de recorrido</i>	78
Tabla 35 Diagrama de recorrido para la confección de una blusa Etoile Vert y Rosé	79
Tabla 36 Diagrama de recorrido para la confección de un pantalón Etoile Vert y Rosé	79
Tabla 37 Diagrama de recorrido para la confección de una blusa Nuage y Eclair	80
Tabla 38 Diagrama de recorrido para la confección de un pantalón Nuage y Eclair	80
Tabla 39 Diagrama de recorrido para la confección de una blusa Boréal y Lumier.....	81
Tabla 40 Diagrama de recorrido para la confección de un pantalón Boréal y Lumier	81
Tabla 41 Máquina plana automática	83
Tabla 42 Máquina Fileteadora a 5 Hilos con puntada de seguridad	83
Tabla 43 Máquina Puntada cadeneta tipo collarín y recubridor superior	83
Tabla 44 Máquina Ojal plano	84
Tabla 45 Máquina Pegado de botón.....	84
Tabla 46 Planchado profesional.....	84
Tabla 47 Máquina Cortadora.....	85
Tabla 48 Personal de la empresa.....	85
Tabla 49 Cálculo de cantidad de tela de algodón	86
Tabla 50 Cálculo de cantidad de materia prima indirecta	86
Tabla 51 Manual de funciones del Gerente General.....	88
Tabla 52 Manual de funciones del Abogado	88
Tabla 53 Manual de funciones del Diseñador	89
Tabla 54 Manual de funciones del jefe de producción	89
Tabla 55 Manual de funciones de Operarios	90

Tabla 56 <i>Manual de funciones de vendedores</i>	90
Tabla 57. Maquinaria utilizada en Au Dodo	93
Tabla 58. <i>Depreciación de maquinaria y equipo</i>	94
Tabla 59 Herramientas de la empresa	94
Tabla 60 Depreciación de herramientas de producción	95
Tabla 61 Muebles y enseres de la empresa.....	95
xTabla 62 Depreciación de muebles y enseres	96
Tabla 63 Resumen de los activos fijos	97
Tabla 64 Activos diferidos	97
Tabla 65 Amortización de los activos diferidos	98
Tabla 66 Presupuesto de materia prima directa.....	98
Tabla 67 Presupuesto de materia prima indirecta	99
Tabla 68 Rol de pagos de la mano de obra directa	100
Tabla 69 Rol de pagos de la mano de obra indirecta	100
Tabla 70 Presupuesto de servicios básicos de la empresa	101
Tabla 71 Presupuesto de suministros de oficina de la empresa.....	101
Tabla 72. Presupuesto indumentaria	102
Tabla 73 Presupuesto de útiles de limpieza de la empresa.....	103
Tabla 74 Presupuesto de publicidad y marketing	104
Tabla 75. Resumen del presupuesto de capital de trabajo	104
Tabla 76 Resumen de inversión del proyecto.....	105
Tabla 77 Inflación proyectada 2024-2028.....	105
Tabla 78 Variación salario mínimo últimos 25 años	106
Tabla 79 Proyección salario mínimo 2025-2029	107

Tabla 80	Presupuesto general del costo total de operaciones.....	109
Tabla 81	Presupuesto costo Lumier	110
Tabla 82	Costo Unitario de Producción y Precio de Venta.....	113
Tabla 83	Presupuesto de Ingresos.....	114
Tabla 84	Clasificación de los costos fijos y variables pijamas Lumier	116
Tabla 85	Punto de equilibrio de cada pijama.....	117
Tabla 86	Estado de resultados proyectado	120
Tabla 87	Flujo de caja proyectado	122
Tabla 88	Valor Actual Neto.....	123
Tabla 89	Tasa Interna de retorno	124
Tabla 90	Período de Recuperación del Capital (PRC).....	125
Tabla 91	Relación costo - beneficio	126

1. INTRODUCCIÒN

La creaci3n de empresas es un proceso desafiante y emocionante que requiere una visi3n clara, identificaci3n de necesidades en el mercado y la capacidad de ofrecer soluciones innovadoras. En este contexto, surge la idea de establecer una empresa especializada en la confecci3n de pijamas para embarazadas, centrada en brindar comodidad y estilo a las mujeres en esta etapa 3nica de sus vidas. La creaci3n de una empresa dedicada a la confecci3n y comercializaci3n de pijamas para embarazadas representa un proyecto innovador en el campo de la moda y bienestar para mujeres gestantes (Kotler & Keller, 2021). Este tema se alinea con las 3reas de investigaci3n del programa de maestría de Gerencia de Proyectos, especialmente en lo que respecta a la exploraci3n de oportunidades empresariales en mercados específcos (Schilling, 2021). Los antecedentes de la idea de negocio surgieron a partir de la identificaci3n de una necesidad en el mercado de moda femenina, donde las opciones para ropa de dormir durante el embarazo son limitadas y a menudo no cumplen con las expectativas de comodidad y estilo de las mujeres embarazadas. (Kotler & Armstrong, 2022).

La inspiraci3n detr3s de este proyecto surge de la observaci3n detallada de las limitaciones en el mercado de moda para embarazadas. A menudo, las opciones disponibles no cumplen con los est3ndares de comodidad y diseño que las futuras mam3s desean durante el embarazo. Esta brecha en el mercado supone una oportunidad significativa para introducir una lnea de pijamas diseñada para adaptarse a las necesidades cambiantes de las mujeres embarazadas.

La idea de crear una empresa de pijamas para embarazadas se basa en la necesidad de ropa c3moda y funcional para las mujeres durante el embarazo. A medida que el cuerpo de una mujer cambia durante este períofo, es importante tener prendas que se ajusten y brinden comodidad. En los 3ltimos años, ha habido un cambio en las

preferencias de moda y enfoque en la comodidad. Las mujeres embarazadas buscan prendas que les permitan sentirse cómodas y a la moda durante todo su embarazo, incluyendo la ropa de dormir (Smith & Jones, 2023).

Los antecedentes empíricos y bibliográficos muestran que, durante el embarazo, las mujeres experimentan cambios significativos en su cuerpo, incluyendo el aumento de peso, el crecimiento del abdomen y los senos, así como posibles problemas de sueño. Estos cambios pueden hacer que la ropa convencional sea incómoda y restrictiva, especialmente durante la noche (Peters, 2022)

La literatura académica y los estudios de mercado han señalado la importancia de la comodidad y el bienestar durante el embarazo. Según Guardino et al. (2022), la comodidad no se limita solo a lo físico; el bienestar emocional también es crucial durante el embarazo. Las mujeres embarazadas buscan prendas de vestir que les permitan moverse libremente, sentirse elegantes y a la vez descansar adecuadamente.

La demanda de ropa para embarazadas, incluidos las pijamas, ha sido reconocida por varias marcas y diseñadores que han lanzado líneas especializadas para este segmento. Sin embargo, aún hay oportunidades para la innovación en términos de diseño, materiales y funcionalidad. Las pijamas para embarazadas pueden diseñarse para la comodidad durante el sueño, también para adaptarse a las diferentes etapas del embarazo y ser versátiles en su uso (Taylor & Morgan, 2023).

La idea de crear una empresa de pijamas para embarazadas presenta desafíos y problemáticas específicas que deben ser consideradas antes de emprender el negocio. Los mayores desafíos están relacionados con el diseño, la comodidad, la comunicación y la satisfacción de las necesidades cambiantes de las futuras mamás. Un enfoque cuidadoso en la calidad, el ajuste y la atención al cliente puede ayudar a superar estas problemáticas

y establecer una marca exitosa en este nicho de mercado.

Las tallas de las prendas pueden ser un desafío debido a los cambios en el cuerpo de las mujeres embarazadas. Es importante ofrecer una amplia variedad de tallas y opciones para asegurarse de que todas las mujeres puedan encontrar pijamas que les queden bien. Durante el embarazo, las mujeres pueden ser más sensibles a ciertos materiales y tejidos. Asegurarse de que los materiales utilizados sean seguros y no causen irritaciones o alergias es esencial para mantener la satisfacción del cliente. Las mujeres embarazadas pueden usar sus pijamas con mayor frecuencia debido a la comodidad que brindan. Esto puede llevar a un mayor desgaste y lavado frecuente, lo que significa que las pijamas deben ser duraderos y mantener su calidad después de múltiples lavados.

Al igual que con cualquier negocio de ropa, las tendencias de compra pueden ser estacionales. Las preferencias de pijamas pueden variar según la temporada, y es importante tener en cuenta esta estacionalidad al planificar la producción y la oferta. Las necesidades de las mujeres embarazadas cambian significativamente a medida que avanzan su embarazo. Esto implica que los productos, como las pijamas, deben ser diseñados para acomodar los cambios físicos que experimentan, como el aumento de peso y el crecimiento del abdomen. (Jones, L., & Smith, A.2021).

Esta cuestión fue destacada por la revista "International Journal of Fashion Design, Technology and Education" en su artículo "Designing Apparel for Pregnant Women: A Case Study on Maternity Wear Design Principles" (2023). Estos cambios pueden requerir el uso de materiales elásticos y ajustables y un enfoque cuidadoso en la comodidad y la movilidad. Además, la demanda de productos específicos puede variar según la estación del año, lo que complica la gestión del inventario y la previsión de ventas.

La creación de una empresa en la industria de la moda para embarazadas puede

enfrentar desafíos relacionados con la competencia y la diferenciación. Un artículo publicado en el "Journal of Fashion Marketing and Management" en 2023 titulado "The Pregnancy FashionMarket: Understanding the Needs and Desires of the Pregnant Consumer" destaca que los consumidores embarazados buscan productos que combinen estilo y comodidad.

Esto indica que la competencia no solo proviene de otras empresas de moda para embarazadas, sino también de opciones más generales de ropa cómoda y de maternidad. Diferenciarse en este mercado requerirá una sólida estrategia de marca, una comprensión profunda de las necesidades de las mujeres embarazadas y un enfoque en la innovación de diseño y materiales.

1.1. OBJETIVO GENERAL:

Evaluar la viabilidad total de la puesta en marcha de la empresa dedicada a la producción y comercialización de pijamas para mujeres embarazadas, con el fin de satisfacer sus necesidades de comodidad y estilo durante el periodo de gestación.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Determinar la demanda actual y futura de pijamas para mujeres embarazadas a través de un análisis de mercado, incluyendo estudios de tendencias, segmentación del consumidor y evaluación de la competencia.
- Evaluar los requisitos técnicos para la producción de pijamas para embarazadas, incluyendo la identificación de materiales adecuados, procesos de manufactura y capacidades tecnológicas necesarias.
- Analizar la estructura organizacional necesaria para operar la empresa, incluyendo la definición de roles y responsabilidades, y evaluar los requisitos legales y normativos

aplicables a la producción y comercialización de pijamas para embarazadas.

- Determinar la viabilidad financiera del proyecto mediante la elaboración de un plan financiero detallado que incluya proyecciones de ingresos, costos de producción, inversión inicial y análisis de rentabilidad.
- Evaluar la viabilidad de la empresa en términos de sostenibilidad social, ambiental y económica, incluyendo la identificación de prácticas sostenibles en la producción

Con el análisis de las entrevistas adelantadas a las personas del mercado identificado para el negocio de las pijamas para embarazadas, se establecen los siguientes hallazgos para cada uno de los elementos del segmento de mercado o clientes:

Lienzo de propuesta de valor

Ilustración 1 Valor diferencial de la empresa

VALOR DIFERENCIAL

<p>CREENCIAS:</p> <ul style="list-style-type: none">• Puedes estar embarazada y seguir con tu vida. No tienes por qué cambiar tu personalidad y ser aburrida. = diseño• Estar embarazada no es estar enferma, la actitud es fundamental. Cultiva tu mente.• Aunque la barriga te crezca, esta pijama te acompañará a lo largo de todo tu embarazo.• La calidad es un factor importante, invierte bien.	<p>INTERESES:</p> <ul style="list-style-type: none">• Lee mucho sobre salud.• Aprovechar el tiempo de calidad con los nuestros (familia e hijos). No tenemos que dejar de disfrutar y aprovechar al máximo ese momento desde nostras mismas sin estar pendientes de si nos aprieta la ropa, tenemos que comprar más o si enseñamos el pecho o nos resulta incómodo. Nuestros pijamas se adaptan a ti para que tú solo tengas que disfrutar de tu hijo o del embarazo.
--	---

Nota. Elaboración propia

La propuesta de valor se define entonces por los siguientes conceptos:

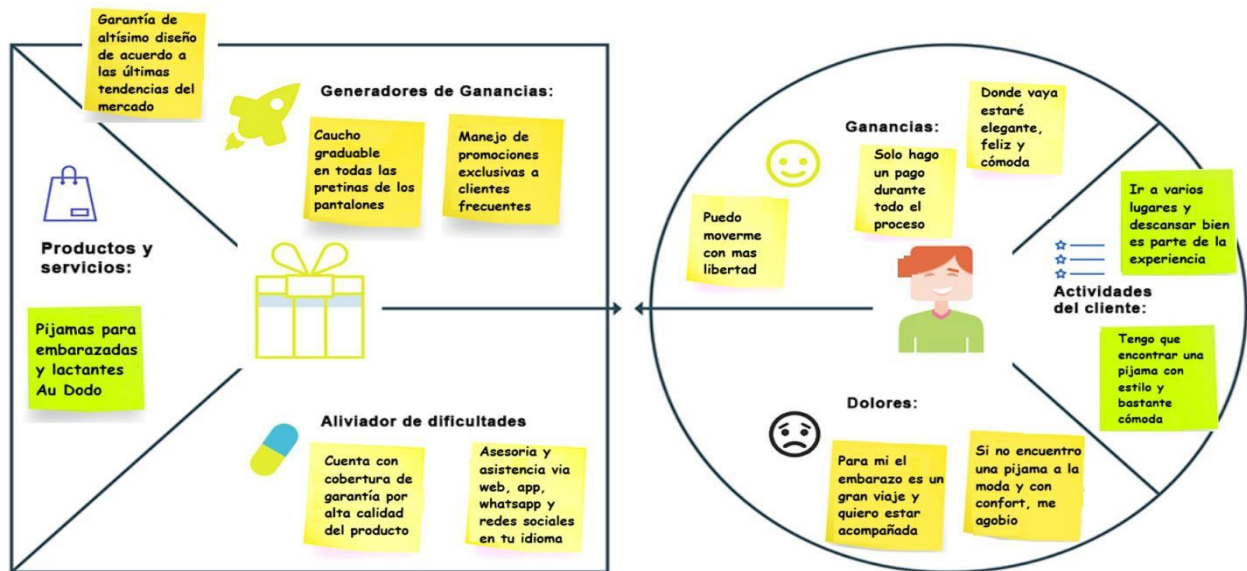
- Precio: Mejor precio del mercado, con envío gratis. Manejo de promociones frecuentemente.
- Calidad: Se fabrica con mano de obra colombiana con materiales finos, suaves y amigables con el medio ambiente.
- Logro: Se recopilan testimonios de los clientes y se publican en la página web de la

empresa y en sus redes sociales.

- Experiencia: El producto es de moda, sofisticado, en tendencia y es creado por un experto de moda.

A continuación se presenta el modelo de lienzo de valor, que fue el método utilizado en este proyecto para presentar el producto a un segmento de clientes definido. Se hace hincapié en que las ganancias deben ser obtenidas por el cliente y la empresa debe centrarse en atender sus necesidades e inquietudes.

Ilustración 2 Lienzo de la propuesta de valor Au Dodo



Nota. Elaboración propia.

Al abordar esta problemática y perseguir estos objetivos, aspiramos a establecer una empresa exitosa y satisfacer una demanda insatisfecha en el mercado de moda para embarazadas, contribuyendo al bienestar y la felicidad de las mujeres en este periodo de sus vidas.

Las características más relevantes del producto que le dan competitividad a Au Dodo sobre el resto de las marcas similares son las siguientes:

- Abertura con abotonadura invisible para lactar con comodidad al bebé
- Algodón acanalado, liviano y suave al tacto

- Pretina con caucho Ajustable
- Marquillas estampadas para no maltratar la piel

Este informe final se estructura para abordar de manera integral la creación de una empresa de pijamas para embarazadas, cumpliendo con los estándares de extensión y referencias establecidos. Se espera que este trabajo contribuya al conocimiento y desarrollo de oportunidades empresariales en el mercado de moda especializada.

2. NATURALEZA DEL PROYECTO

2.1. IDEA DEL NEGOCIO

El concepto de la empresa de pijamas para embarazadas surge a partir de la identificación de una brecha en el mercado de moda femenina durante el embarazo (Kotler et al., 2012). La falta de opciones especializadas y estilizadas para mujeres gestantes se convierte en una oportunidad para ofrecer productos que no solo sean funcionales y cómodos, sino que también se alineen con las tendencias y preferencias de este segmento de mercado (Hisrich et al., 2017).

Al preguntar a los creadores de Au Dodo porque esta idea de negocio, surgen respuestas como la necesidad de mejorar la comodidad para las mujeres durante la etapa de embarazo y lactancia., las mujeres usualmente se sienten incómodas y con carencia de estilo con los productos que actualmente cuenta el mercado para estas situaciones.

2.2. DESCRIPCION DEL MODELO DE NEGOCIO

El modelo de negocio se basa en la especialización de la oferta, centrándose en el diseño y fabricación de pijamas exclusivas para embarazadas y lactantes. Se emplea una estrategia de diferenciación a través de la calidad de los materiales, diseños modernos y funcionales, y la atención a las necesidades específicas del público objetivo (Osterwalder & Pigneur, 2010).

2.3. OBJETIVOS EMPRESARIALES A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO

El modelo de negocio se basa en la especialización de la oferta, centrándose en el diseño y fabricación de pijamas exclusivas para embarazadas. Se emplea una estrategia de diferenciación a través de la calidad de los materiales, diseños modernos y funcionales, y la atención a las necesidades específicas del público objetivo (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Los objetivos a corto plazo proporcionan una hoja de ruta inicial para lanzar con éxito la empresa de pijamas para embarazadas y establecer una base sólida para el crecimiento futuro.

- Constituir legalmente una identidad de marca sólida que refleje la comodidad, el estilo y el cuidado hacia las mujeres embarazadas, obteniendo los recursos necesarios con proyección viable y positiva.
- Desarrollar una línea de pijamas para embarazadas y lactantes con diseños únicos y atractivos, con características específicas para comodidad durante el embarazo y el posparto.
- Ofrecer una plataforma de ventas, asesoramiento y recomendaciones personalizadas a los clientes para ayudarles a elegir las pijamas que mejor se adapten a sus necesidades y preferencias teniendo en cuenta las últimas tendencias del mercado

A mediano plazo los objetivos ayudarán a consolidar y hacer crecer la empresa de pijamas para embarazadas, fortaleciendo la posición en el mercado y expandiendo un alcance y oferta de productos. Para esto se tendrán en cuenta los siguientes objetivos:

- Desarrollar nuevas líneas de productos para atender a diferentes segmentos de mercado dentro del sector de la maternidad, como pijamas para amamantar, conjuntos de pijamas a juego para mamá y bebé, o pijamas de maternidad para ocasiones especiales.

- Continuar mejorando la experiencia del cliente en todos los puntos de contacto, desde la navegación en el sitio web y el proceso de compra hasta la atención al cliente postventa, con el objetivo de aumentar la satisfacción del cliente y fomentar la fidelidad a la marca.
- Aumentar la participación en eventos y ferias comerciales relacionadas con la maternidad para exhibir los productos, establecer contactos con clientes potenciales y mantenerse al tanto de las últimas tendencias y novedades en el mercado.

A largo plazo se espera tener entrada internacional en Estados Unidos y España por medio de inversión directa. Se ha apuntado a los siguientes objetivos:

- Aumento de la inversión global en nuevos talleres de confección, laboratorios de innovación y centros educativos virtuales para ampliar el liderazgo, automatización y sostenibilidad.
- Inversiones totales de 2 millones de euros, principalmente en ampliación de la capacidad de fabricación.

2.4. ESTADO ACTUAL DEL NEGOCIO

El negocio se encuentra en fase de crecimiento temprano. Actualmente para la fabricación se está manejando un proveedor en Bogotá. Se está trabajando en la factibilidad de creación de taller para bajar costos de fabricación por pijama. Se realizará proyecto de creación de empresa en conjunto con la EAN de Bogotá. También se está haciendo un análisis de sitios o plataformas para comercializar las pijamas Au Dodo en la ciudad de Bogotá.

Igualmente se encuentra en análisis formas de comercialización a Estados Unidos sin tener en cuenta a Amazon, que ha sido la opción que está manejando la empresa actualmente. La idea es bajar costos de distribución de 34% a menos del 15%.

2.5. DESCRIPCION DE PRODUCTOS O SERVICIOS

Los productos y servicios quedan definidos de la siguiente forma:

- Fabricación de pijamas para embarazadas con alto diseño y confort
- Envío a domicilio.
- Plataforma de ventas, inventarios y gestión de pagos

Desde el punto de vista del diseño, la empresa tiene la premisa de crear un producto específico para un nicho en particular, resaltando la moda y el confort, haciéndolo realidad por medio de un pijama elegante, de materiales suaves y resistentes que sirve para antes, durante y después del embarazo. Al tener el tiro largo, permite que la pijama cubra toda la barriga y no tenga que ser colocada en la parte inferior. Para el tema de la lactancia el producto cuenta con aberturas especiales que dan facilidad y discreción a la hora de lactaren cualquier lugar, incluso lugares públicos.

Todas las pijamas Au Dodo cuentan con un caucho especial en todas las pretinas de los pantalones el cual puedes ajustar según la medida de la barriga, por lo cual todos los diseños se pueden utilizar desde el embarazo hasta el posparto.

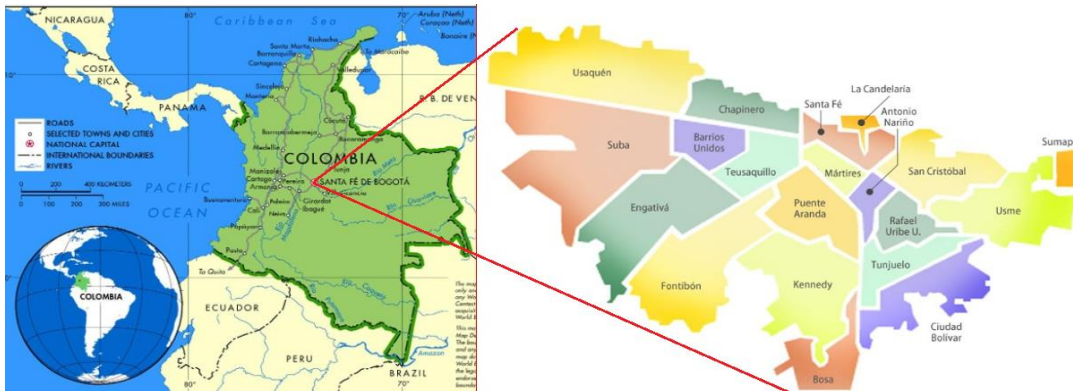
2.6. NOMBRE, TAMAÑO Y UBICACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la empresa: Au Dodo

Tamaño de la empresa: Es una empresa PYME de 11 empleados.

Ubicación de la empresa: El local de ventas Au Dodo se encuentra al norte de la ciudad de Dado que el producto está enfocado a un nicho que prefiere el confort por encima del precio, la empresa se localizará en la localidad de Usaquéen, norte de la ciudad de Bogotá D.C., capital de Colombia.

Ilustración 3 Localización de la empresa Au Dodo



Nota. Imagen descargada de google

Para la ubicación exacta del punto de venta Au Dodo, se ha tenido en cuenta la pregunta 15 de la encuesta del estudio de mercado, donde el 56% prefieren que esté ubicado en un centro comercial de la localidad de Usaquéen, por lo cual se ha elegido la hacienda Santa Barbara. Posee muy buena ubicación y el precio del arriendo del local comercial no es tan alto como en otros centros comerciales de la zona. En cuanto al taller de confección, este se ubicará en el sector de Toberín, perteneciente a la localidad de Usaquéen, ya que al ser zona industrial se pueden conseguir bodegas de buen tamaño para establecer la empresa con un precio de arriendo accesible.

2.7. VENTAJAS COMPETITIVAS DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO

La principal ventaja competitiva radica en la especialización del producto, ofreciendo diseños únicos y materiales de alta calidad. Además, se maneja una estrategia de marketing centrada en la conexión emocional con las futuras madres, fortaleciendo la lealtad a la marca (Saunders et al., 2019). Audodo brinda pijamas de alta calidad y el más moderno diseño para lucir elegante y cómoda a la vez. Se cuenta con cobertura de garantía del producto, asesoría y asistencia vía web y redes sociales.

3. ANÁLISIS DEL SECTOR

3.1. CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR

Las características clave de este sector requieren una comprensión profunda de las necesidades de las mujeres embarazadas y una estrategia de negocio que aborde sus demandas de comodidad y estilo durante esta etapa especial de sus vidas. (Smith & Jones, 2023). En la actualidad, el sector textil para pijamas para embarazadas está experimentando varias tendencias y características destacadas:

- **Diseño moderno y estilizado:** A medida que el mercado de la moda para embarazadas ha evolucionado, las pijamas no son solo prendas funcionales, sino también estilizadas. Los diseñadores están incorporando tendencias modernas y estilos atractivos en las pijamas para embarazadas, lo que les permite lucir elegantes incluso durante la noche. (Lee., 2022).
- **Variedad de opciones:** El sector textil ofrece muchas opciones en estilos, colores y estampados para pijamas de maternidad. Esto permite a las mujeres embarazadas elegir prendas que se adapten a sus gustos personales y preferencias de estilo. (Brown & Miller, 2021)
- **Materiales amigables con la piel y sostenibles:** Con un enfoque creciente en la sostenibilidad y el bienestar, muchos fabricantes están utilizando materiales orgánicos y sostenibles para la fabricación de pijamas para embarazadas. Estos materiales no solo son suaves y cómodos, sino que también son respetuosos con el medio ambiente y seguros para la piel sensible durante el embarazo. (Green & Johnson, 2023).
- **Innovaciones en diseño:** La innovación en el diseño de pijamas para

embarazadas incluye características como paneles elásticos ajustables, cinturas ajustables y diseños que permiten la lactancia materna fácil después del parto. (Taylor & Clark, 2022).

- Con el crecimiento del comercio electrónico, muchas marcas de pijamas para embarazadas están expandiendo su presencia en línea, lo que permite a las embarazadas acceder a opciones desde la comodidad de sus hogares y hacer compras convenientes. (Adams & Wilson, 2023).

3.2. ANALISIS DE LAS FUERZAS QUE IMPACTAN EL NEGOCIO

3.2.1. Rivalidad entre Competidores Existentes

La rivalidad entre competidores en la industria de pijamas para embarazadas puede ser intensa por diversos factores que afectan a la competencia en el mercado. La diferenciación de productos es un factor importante que influye en la rivalidad entre competidores en la industria de la moda (Kotler & Keller, 2021). Se van a ofrecer productos con características únicas como materiales orgánicos, diseños adaptados a diferentes etapas del embarazo, o funcionalidades adicionales como soporte lumbar o lactancia fácil. La exclusividad en el diseño o en los materiales puede reducir la competencia directa y atraer a un segmento de mercado dispuesto a pagar más por características adicionales.

3.2.2. Amenaza de Nuevos Competidores:

La competencia en la industria de la moda es intensa y en constante evolución (Fernie & Sparks, 2021). La entrada de nuevos competidores puede aumentar la presión sobre las empresas establecidas para diferenciarse y mantener su posición en el mercado, para esto se busca implementar procesos internos que permitan una rápida adaptación a las tendencias del mercado. Esto incluye tener una cadena de suministro flexible y estar atento a las señales del mercado para

ajustar tus estrategias y productos en respuesta a cambios en las preferencias de los consumidores.

3.2.3. Amenaza de Productos Sustitutos:

Los productos alternativos diseñados para mujeres embarazadas, como ropa de dormir holgada o camisones convencionales, pueden representar una amenaza de sustitución para las pijamas específicas para embarazadas (Pregnancy and Birth, 2023). Productos como batas de casa, túnicas o conjuntos de ropa de dormir más amplios pueden considerarse como alternativas para mujeres embarazadas que buscan comodidad y facilidad de movimiento durante la noche (Smith et al., 2023). Sin embargo Au Dodo va a diseñar pijamas con materiales innovadores y de alta calidad que no solo sean cómodos, sino que también ofrezcan beneficios adicionales que los productos sustitutos no puedan igualar, como la transpirabilidad, la suavidad específica para la piel sensible durante el embarazo, o propiedades antimicrobianas.

3.2.4. Poder de Negociación de los Proveedores:

La concentración de proveedores en la industria textil puede influir en su poder de negociación (Kotler & Keller, 2021). Si existen pocos proveedores dominantes de telas y materiales específicos para pijamas para embarazadas, estos proveedores pueden tener un mayor poder para dictar términos de precios y condiciones de suministro. Para esto se busca tener varias opciones puede reducir el riesgo de dependencia de un solo proveedor y mejorar la posición en las negociaciones.

La disponibilidad de materiales y tejidos especializados para pijamas para embarazadas puede afectar el poder de negociación de los proveedores (Ferne & Sparks, 2021). Si los proveedores tienen acceso exclusivo a materiales únicos o patentados que son esenciales para la producción de pijamas especializadas, pueden tener un mayor poder para establecer precios y condiciones. Los costos asociados con cambiar de proveedores pueden influir en su poder de

negociación (Perkins & Amos, 2023). Hay que establecer relaciones de largo plazo con proveedores clave. Los acuerdos a largo plazo pueden permitirte negociar mejores precios y condiciones.

3.2.5. Poder de Negociación de los Clientes:

El tamaño y la concentración de clientes influye en su poder de negociación (Kotler & Keller, 2021). Ampliar la base de clientes a través de diferentes segmentos, como ventas directas a consumidores, colaboraciones con tiendas especializadas, y expansión a mercados internacionales si es viable. Esto reducirá la influencia de un pequeño grupo de clientes sobre tu negocio.

La sensibilidad al precio de los clientes puede afectar su poder de negociación (Perkins & Amos, 2023). Si los clientes son altamente sensibles al precio y tienen acceso a productos sustitutos o alternativas, pueden exigir descuentos o promociones para mantener su lealtad. Ofrecer descuentos por compras en volumen, promociones estacionales o programas de fidelidad que recompensen a los clientes recurrentes.

La información sobre productos y precios puede influir en el poder de negociación de los clientes (Fernie & Sparks, 2021). Con el acceso a Internet y las redes sociales, los clientes pueden comparar fácilmente precios y características de productos entre diferentes marcas, lo que aumenta su capacidad para tomar decisiones informadas y negociar mejores ofertas.

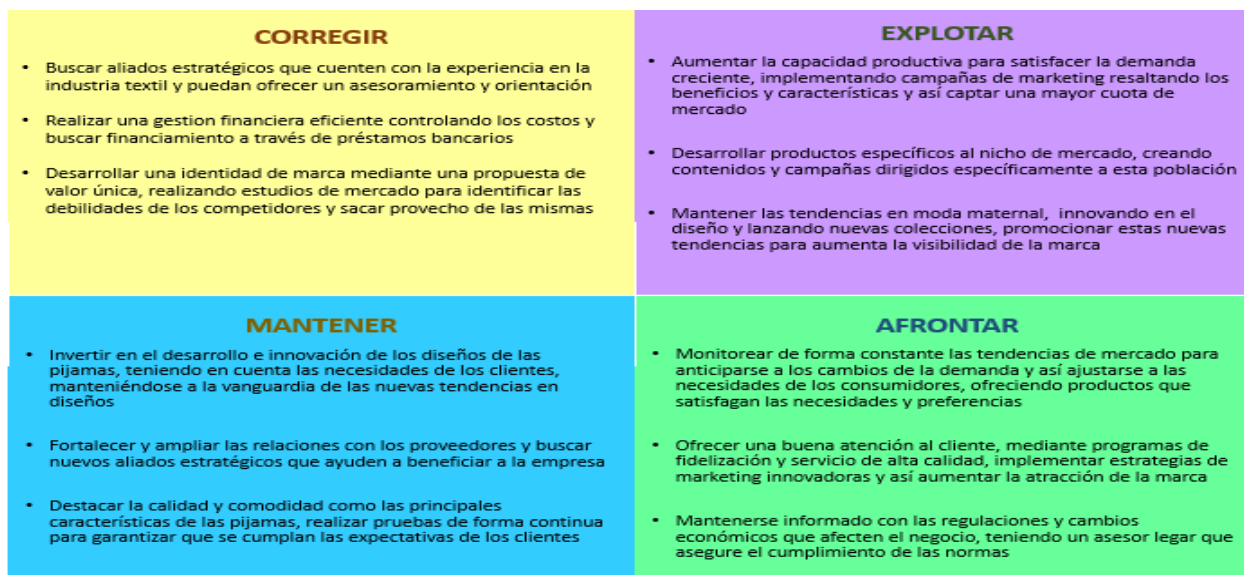
3.3. ANALISIS DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

Ilustración 4 *Análisis DOFA*



Nota. Elaboración propia

Ilustración 5 Análisis CAME



Nota. Elaboración propia basada en el análisis del DOFA

3.3.1. Oportunidades

Demanda en aumento: La demanda de productos diseñados para embarazadas está en aumento debido al creciente enfoque en el bienestar y la comodidad durante el embarazo.

Según un estudio de Grand View Research (2023), el mercado global de ropa para

embarazadas está proyectado para crecer significativamente, impulsado por una mayor conciencia sobre el cuidado personal y la búsqueda de productos especializados durante el embarazo

Segmentación de mercado: La segmentación del mercado permite identificar nichos específicos con necesidades particulares. Un informe de Allied Market Research (2022) destaca que los consumidores buscan productos que ofrezcan tanto funcionalidad como estilo, lo que puede ser aprovechado al dirigirse a sub-segmentos como pijamas ecológicas o de lujo para embarazadas

Tendencias de estilo de vida: Las tendencias actuales muestran un interés creciente en productos que promuevan un estilo de vida saludable y sostenible. Según un artículo en *Harvard Business Review* (2024), los consumidores están cada vez más inclinados a elegir productos que no solo sean cómodos, sino también respetuosos con el medio ambiente

Canales de venta en línea: La venta en línea sigue siendo una oportunidad clave, especialmente en el contexto post-pandemia. Un informe de eMarketer (2023) muestra que las ventas de productos para embarazadas a través de canales en línea han crecido significativamente, impulsadas por la comodidad y la amplia disponibilidad de opciones

Innovación en diseño y materiales La innovación en diseño y la utilización de materiales sostenibles están ganando popularidad. Un estudio de Textile World (2023) menciona que la demanda de ropa hecha con materiales orgánicos y técnicas de producción innovadoras está en aumento, ofreciendo una ventaja competitiva a las marcas que adoptan estas prácticas

3.3.2. Amenazas

Competencia: Aunque es un mercado en crecimiento, la competencia en la industria de la moda y el diseño de prendas para embarazadas puede ser intensa. Es importante

diferenciarse para destacar entre la multitud (Clark & White, 2019).

Cambio en las preferencias del consumidor: Un estudio de Vogue Business (2023) sugiere que la volatilidad en las preferencias de los consumidores puede ser un desafío para las marcas que no estén preparadas para adaptarse, lo que significa que los diseños y estilos populares pueden volverse obsoletos rápidamente si no se sigue de cerca la evolución del mercado

Problemas de producción y calidad: Garantizar la calidad en la fabricación de los productos es crucial. Problemas con la producción o la calidad del producto pueden dañar la reputación de la marca y perder la confianza del cliente (Lee & Kim, 2020).






Efectos económicos: Un informe de la Fundación Ellen MacArthur (2023) advierte sobre los desafíos financieros que enfrentan las marcas de moda que dependen de materiales sostenibles debido a la inestabilidad en la cadena de suministro.

Regulaciones y cumplimiento: La industria de la moda está sujeta a regulaciones en cuanto a seguridad, etiquetado y otros aspectos. No cumplir con estas regulaciones puede resultar en multas y daños a la reputación de la empresa (Hill & Davis, 2015).

3.4. ANALISIS DE LOS COMPETIDORES Y SU MERCADO

En el mercado existe una gran variedad de competidores que comercializan pijamas para embarazadas, entre ellos encontramos las siguientes marcas:

Tabla 1 Principales competidores

EMPRESA	PRODUCTOS	PRECIO	PLAZA	PUBLICIDAD	MERCADEO	TECNICA DE VENTA
	Pantalones, blusas, pijamas, leggins, overoles	Pijamas entre 130.000 a 140.000	Ventas nacionales	pagina web, instagram,	ventas online	Piezas únicas, con sistemas evolutivos confortables y de calidad
	Lenceria, pijamas, pantalones, blusas, vestidos	Pijamas entre 85.000 a 234.000	Ventas nacionales	pagina web, instagram, facebook, whatsapp, tiktok, pinterest	ventas online	Diseñadas para abrazar la feminidad, priorizar el confort y elevar el estilo en cada etapa, antes, durante y después del embarazo.
	Blusas, Camisas, Camisetas, Enterizos, Faldas, Leggins, Overoles, Pantalones, Shorts, Vestidos, Jeans, Vestidos de Baño, Pijamas	Pijamas entre 140.000 a 180.000	Ventas nacionales	Pagina Web Whastapp	ventas online y C.C. Unicentro Cali, C.C Unico, C.C Santafé Bogotá, C.C. Parque Colina, C.C Pereira Plaza	Cómoda, libre y femenina.
	Blusas, Busos, Jeans, Jumper, Lactancia, Leggins, Overoles, Pantalones, Pijamas	Pijama 65.000 (unico diseño)	Ventas nacionales	pagina web, instagram,	ventas online	Ofrece moda y confort buscando siempre flexibilidad y comodidad en las prendas
	Pijamas	Pijamas entre 35.000 a 50.000	Ventas nacionales	pagina web, instagram, facebook	ventas online	Brindan alternativas de comodidad, suavidad, fresca y calidad

Nota. Creación propia

La competencia se puede comprender mejor por el nicho de mercado en el cual operan. A continuación, se realiza un análisis al respecto.

3.4.1. Empresas de Ropa de Maternidad:

Colombia es un país con una población joven y en crecimiento, lo que lo convierte en un mercado potencial para productos relacionados con la maternidad (González, 2020). El aumento de la conciencia sobre la moda durante el embarazo ha llevado a un crecimiento en la demanda de ropa de maternidad de alta calidad y diseño (Ramírez, 2018). Las principales ciudades como Bogotá, Medellín y Cali son centros importantes para la moda y el comercio minorista, lo que hace que el mercado de la moda para embarazadas sea especialmente relevante en estas áreas urbanas.

Marcas internacionales como Motherhood Maternity, H&M Maternity y Zara

Maternity tienen presencia en Colombia y compiten con marcas locales. Algunas marcas colombianas reconocidas en el mercado de ropa de maternidad incluyen Mamatayoe, Almatrichi Maternity y El Baúl de las Costureras.

3.4.2. Empresas de Ropa de Dormir:

Colombia cuenta con un mercado de ropa de dormir en constante evolución, donde la comodidad y el estilo son factores clave para los consumidores (Rodríguez, 2021). La demanda de ropa de dormir de alta calidad y diseño ha ido en aumento, especialmente entre los segmentos de la población que valoran la moda y el confort incluso en la intimidad del hogar. Las marcas locales y regionales de ropa de dormir en Colombia compiten en un mercado dinámico donde la diferenciación en términos de diseño, calidad y precio es fundamental. Algunas marcas colombianas de renombre en el sector incluyen a Leonisa, Gef, y Arturo Calle, aunque su enfoque puede estar más orientado hacia la ropa interior y el loungewear que hacia la ropa de dormir específica para embarazadas.

Colombia cuenta con un mercado de ropa de dormir en constante evolución. Según datos del Instituto Nacional de Estadística, el gasto en prendas de dormir en Colombia ha experimentado un crecimiento promedio del 5% anual en los últimos cinco años. La demanda de ropa de dormir de alta calidad y diseño ha ido en aumento. Según una encuesta realizada por la Cámara Colombiana de la Confección, el 70% de los consumidores colombianos consideran importante la calidad de las prendas de dormir, y el 60% valora el diseño y la estética. Aunque la oferta de ropa de dormir en Colombia es diversa, la disponibilidad de opciones específicas para mujeres embarazadas es limitada, representando solo el 15% del mercado total de ropa de dormir según estimaciones de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI).

3.4.3. Comercio Electrónico y Marketplace:

Colombia experimenta un crecimiento continuo en el comercio electrónico, impulsado por el aumento de la penetración de internet y el acceso a dispositivos móviles. Según la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE), el comercio electrónico en Colombia creció un 32% en 2023, alcanzando un valor de \$12.5 mil millones de dólares. El sector de la moda y el vestuario es uno de los más dinámicos en el comercio electrónico colombiano. Según datos de la CCCE, las categorías de moda y accesorios representaron el 20% de las transacciones en línea en 2023.

Los marketplaces, como Mercado Libre, Linio y Amazon, desempeñan un papel crucial en el panorama del comercio electrónico en Colombia. Según un informe de Statista 2024, los marketplaces representaron el 60% de las ventas en línea en Colombia en 2023. La presencia en marketplace ofrece a las empresas una amplia visibilidad y acceso a una base de clientes diversa y en crecimiento. Además, brindan facilidades logísticas y de pago que pueden beneficiar a las empresas emergentes.

3.4.4. Empresas de Ropa de Lujo:

Se ha experimentado un aumento en la demanda de productos de lujo, incluida la ropa, debido al crecimiento económico y la creciente clase media alta (Vásquez, 2022). Según un informe de Euromonitor International, el mercado de productos de lujo en Colombia alcanzó los \$3.5 mil millones de dólares en 2023, con una tasa de crecimiento anual del 5% en los últimos cinco años.

Tradicionalmente el enfoque de las marcas de lujo en Colombia ha estado en prendas formales y de alta costura, se observa un cambio en las preferencias de los consumidores hacia productos más casuales y cómodos, incluso en el ámbito del lujo (Mendoza, 2021).

3.4.5. Empresas Emergentes:

Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Colombia ha mantenido una tasa estable de actividad emprendedora del 19% en los últimos tres años, situándose por encima del promedio mundial. El sector textil y de confecciones en Colombia ha sido un motor importante para el emprendimiento, con un crecimiento del 8% en los últimos dos años (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2024). Este crecimiento ha generado oportunidades para empresas emergentes en la moda para mujeres embarazadas.

El mercado de ropa para embarazadas está en crecimiento en Colombia, y el segmento de pijamas para mujeres embarazadas es un área relativamente poco explorada por las marcas establecidas (Mendoza, 2022). La flexibilidad y la innovación son características clave de las empresas emergentes, lo que les permite adaptarse rápidamente a las necesidades del mercado y ofrecer soluciones creativas, como pijamas diseñadas específicamente para mujeres embarazadas.

3.5. VIABILIDAD DEL SECTOR

La viabilidad de crear una empresa de pijamas para embarazadas depende de varios factores, incluyendo la demanda del mercado, la competencia, la capacidad de producción y distribución, así como el conocimiento del sector y las tendencias actuales.

3.5.1. Demanda del mercado. El mercado de productos para maternidad en Colombia está en crecimiento, impulsado por un aumento en la tasa de natalidad y una mayor conciencia sobre el bienestar durante el embarazo. Según un estudio de **DANE**, la tasa de natalidad en Colombia ha mostrado un ligero aumento en los últimos años, lo que sugiere un mercado potencial en expansión para productos dirigidos a mujeres embarazadas (DANE, 2023).

Ilustración 6 Nacimientos 2022



Estadísticas vitales de nacimientos y defunciones

CUADRO 1 - Nacimientos por área de ocurrencia y sexo, según grupos de edad de la madre, total nacional
Año 2022

[Volver al índice](#)

[Exportar](#)

Grupo de edad de la madre	Total	Total			Cabecera municipal			Centro poblado			Rural disperso			Sin información		
		Hombres	Mujeres	Indeterminado	Hombres	Mujeres	Indeterminado	Hombres	Mujeres	Indeterminado	Hombres	Mujeres	Indeterminado	Hombres	Mujeres	Indeterminado
Total Nacional	573.625	293.092	280.488	45	286.809	274.226	32	1.680	1.598	0	3.578	3.611	8	1025	1053	5
De 10-14 Años	4.226	2.149	2.077	0	2.043	1.974	0	16	14	0	79	81	0	11	8	0
De 15-19 Años	93.977	48.331	45.634	12	46.899	44.240	6	381	392	0	886	843	4	165	159	2
De 20-24 Años	157.022	80.544	76.466	12	78.887	74.771	10	495	449	0	927	985	1	235	261	1
De 25-29 Años	146.322	74.486	71.826	10	73.218	70.550	7	365	345	0	699	727	2	204	204	1
De 30-34 Años	102.594	52.185	50.403	6	51.336	49.538	4	213	221	0	507	495	1	129	149	1
De 35-39 Años	53.560	27.324	26.234	2	26.749	25.697	2	148	125	0	319	304	0	108	108	0
De 40-44 Años	14.689	7.472	7.214	3	7.223	6.953	3	51	47	0	136	151	0	62	63	0
De 45-49 Años	967	462	505	0	416	454	0	9	4	0	19	21	0	18	26	0
De 50-54 Años	107	51	56	0	38	48	0	2	0	0	5	4	0	6	4	0
Sin información	161	88	73	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	87	71	0

Nota. Imagen extraída de la página del DANE 2023

3.5.2. Competencia: Un estudio reciente sobre el mercado de ropa de maternidad en Bogotá

revela que hay una presencia significativa de marcas locales e internacionales, lo que requiere implementar una propuesta de valor clara y diferenciada (García. 2024).

3.5.4 Capacidad de producción y distribución: La capacidad de producción en el sector

textil de Colombia, y particularmente en Bogotá, ha mostrado una capacidad significativa de adaptación y crecimiento. Según un informe de ProColombia, el sector textil en Colombia está compuesto por una red de pequeños y medianos empresarios que poseen la capacidad para satisfacer demandas especializadas, como la de pijamas para mujeres embarazadas (ProColombia, 2023).

3.5.5 Conocimiento del sector y tendencias actuales: El mercado de productos para mujeres

embarazadas, incluyendo pijamas, está en crecimiento en Colombia, con un aumento en la demanda de productos especializados y de calidad. Un informe reciente de **Euromonitor International** destaca que las mujeres embarazadas buscan productos que combinan confort, estilo y funcionalidad, lo cual está impulsando a las marcas a innovar y diversificar sus ofertas (Euromonitor International, 2024).

3.6. ANALISIS PESTEL

Ilustración 7 *Análisis de Pestel*



Nota. Creación propia

3.6.1. Político

Según López y Martínez (2023), el análisis de la estabilidad política en Colombia es fundamental para comprender las implicaciones para el entorno empresarial. Esto sugiere que las políticas gubernamentales podrían tener un impacto significativo en el establecimiento y operación de una nueva empresa en el país.

La reciente implementación de políticas de incentivo para emprendedores por parte del gobierno colombiano puede facilitar el proceso de establecimiento y crecimiento de la empresa de pijamas para embarazadas. (González, A. 2023)

3.6.2. Económico

De acuerdo con el informe económico anual de Colombia del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2023), el país experimenta una tasa de crecimiento económico estable del 3%, lo que indica un mercado interno saludable para productos como pijamas para embarazadas.

El objetivo del Banco de la República de Colombia es mantener la inflación en un rango objetivo establecido. Las políticas monetarias se utilizan para controlar la inflación y fomentar el crecimiento económico (Banco de la República de Colombia, 2022).

3.6.3. Social

García y Rodríguez (2022) destacan en su estudio sobre las tendencias demográficas en Colombia que la tasa de natalidad en el país sigue siendo alta, lo que sugiere una demanda continua de productos dirigidos a mujeres embarazadas.

La salud materna es una preocupación importante en Colombia. Organizaciones como el Ministerio de Salud y Protección Social han implementado programas para promover el cuidado prenatal y postnatal, enfatizando la importancia del descanso y la comodidad durante el embarazo (Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia, 2021).

3.6.3.1. Tecnológico

Según el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC, 2022), las regulaciones colombianas en la industria textil pueden influir en la adopción de tecnologías de fabricación avanzadas, como la impresión 3D, que podrían impactar la producción de pijamas para embarazadas.

La innovación en materiales textiles es crucial para la creación de pijamas para embarazadas cómodas y funcionales. Avances tecnológicos en tejidos elásticos y transpirables pueden proporcionar mayor comodidad y adaptabilidad a los cambios del cuerpo durante el embarazo (Gómez & Ramírez, 2021).

El uso creciente de plataformas de comercio electrónico en Colombia ofrece oportunidades significativas para la venta de productos como pijamas para embarazadas. La expansión del acceso a Internet y el aumento de la confianza del consumidor en las compras en línea pueden facilitar el alcance a un público más amplio (Rodríguez & Martínez, 2020).

3.6.4. Ecológico

La creciente conciencia ambiental entre los consumidores colombianos puede generar una demanda por pijamas para embarazadas fabricadas con materiales sostenibles y métodos de producción respetuosos con el medio ambiente.

Es crucial considerar la sostenibilidad de los materiales utilizados en la fabricación de pijamas para embarazadas. La elección de tejidos orgánicos, reciclados o de bajo impacto ambiental puede reducir la huella ecológica del producto final (González et al., 2020)

El uso de embalajes ecoamigables, como materiales biodegradables o reciclables, puede contribuir a la reducción de residuos y alinearse con los valores ambientales de la empresa de pijamas para embarazadas (Hernández & Martínez, 2021).

3.6.5. Legal

Sánchez y Gómez (2023) examinan el impacto de las políticas gubernamentales en la industria de la moda en Colombia, lo que puede incluir regulaciones legales relacionadas con la contratación de empleados y las condiciones de trabajo en la industria textil.

Es crucial para la empresa cumplir con las normativas laborales colombianas, especialmente aquellas relacionadas con la protección de las mujeres embarazadas en el lugar de trabajo. La Ley 1468 de 2011 establece derechos específicos para las mujeres gestantes, como licencias de maternidad y protección contra el despido (Congreso de Colombia, 2011).

3.7. ANÁLISIS DEL CLIENTE FRENTE A LA PROPUESTA DE VALOR

3.7.1. Mercado Objetivo

El mercado objetivo para la empresa Au Dodo está compuesto principalmente por mujeres embarazadas en diferentes etapas de gestación. Es importante segmentar este mercado en función de varios criterios demográficos, psicográficos y de comportamiento para comprender mejor las

necesidades y preferencias de este grupo. Algunos aspectos clave para la identificación del mercado objetivo incluyen:

- **Demográficos:**

Edad: Mujeres en edad reproductiva, generalmente entre los 20 y 40 años.

Nivel socioeconómico: Au Dodo por la calidad de sus productos ha apuntado a un nicho de estrato medio, medio-alto, que se considera que pueden comprar este tipo de pijamas

Ubicación geográfica: Localidad de Usaquéen, Bogotá D.C.

- **Psicográficos:**

Estilo de vida: Mujeres que valoran la comodidad y la calidad de su ropa durante el embarazo.

Actitudes: Aquellas que buscan productos que las hagan sentirse atractivas y cómodas durante esta etapa importante de sus vidas.

- **Comportamiento:**

Frecuencia de compra: Mujeres que buscan ropa cómoda y práctica para su embarazo, lo que puede requerir compras frecuentes a medida que avanza su gestación.

Lealtad a la marca: Aquellas que valoran la calidad y confían en marcas que ofrecen productos específicos para embarazadas.

3.7.2. Necesidades del cliente

Algunas de las necesidades más importantes que este cliente podría tener incluyen:

- **Comodidad:** Durante el embarazo, el cuerpo de una mujer experimenta cambios significativos, lo que puede hacer que la ropa convencional sea incómoda. Las mujeres embarazadas necesitan pijamas que se ajusten cómodamente a sus cuerpos en constante cambio y que no restrinjan el movimiento.

- **Adaptabilidad:** Dado que el cuerpo de una mujer embarazada sufre cambios continuos en las diferentes etapas de gestación, necesitan pijamas adaptables y elásticos para ajustarse al crecimiento del vientre y otros cambios físicos.
- **Soporte:** Es importante que las pijamas proporcionen algún nivel de soporte, especialmente en áreas como el vientre y la espalda, donde las mujeres embarazadas pueden experimentar molestias o dolores.
- **Transpirabilidad:** Durante el embarazo, las mujeres pueden experimentar un aumento de la temperatura corporal y sudoración. Por lo tanto, necesitan pijamas fabricados con materiales transpirables que les permitan mantenerse frescas y cómodas durante la noche.
- **Estilo y Diseño:** Aunque la comodidad es fundamental, muchas mujeres embarazadas también desean pijamas que sean atractivos y estén disponibles en una variedad de estilos y diseños que les permitan expresar su personalidad y sentirse atractivas durante el embarazo.
- **Facilidad de Uso:** Con la barriga en crecimiento, las mujeres embarazadas pueden encontrar difícil ponerse y quitarse la ropa. Por lo tanto, necesitan pijamas que sean fáciles de poner y quitar, preferiblemente con cierres o elásticos que faciliten este proceso.
- **Durabilidad y Calidad:** Las mujeres embarazadas necesitan pijamas que sean duraderos y resistentes al uso repetido y al lavado frecuente, especialmente dado que pueden necesitar usarlos durante todo el embarazo y posiblemente después del parto.
- **Seguridad:** Los materiales utilizados en la fabricación de las pijamas sean seguros para la piel sensible y no representen ningún riesgo para la salud de la madre o el bebé en gestación.

3.7.3. Oportunidades del cliente

- **Desarrollo de productos innovadores:** Desarrollar pijamas innovadoras para abordar las necesidades específicas de las mujeres embarazadas, como tejidos que se estiran para adaptarse al crecimiento del vientre o cierres ajustables para mayor comodidad.

- **Personalización y variedad:** Ofrecer opciones de personalización, como tallas específicas para diferentes etapas del embarazo o elegir entre colores y estilos, puede ayudar a satisfacer las preferencias individuales de las embarazadas y mejorar su experiencia de compra.
- **Canal de venta en línea:** Crear una plataforma de venta en línea permite comodidad y accesibilidad a las embarazadas, que pueden comprar desde casa, sobre todo según avanza su embarazo y las visitas a las tiendas físicas pueden resultar más difíciles.
- **Contenido educativo y de apoyo:** Ofrecer recursos educativos en línea, como blogs, artículos y videos, sobre el embarazo, cuidado prenatal y consejos de estilo, puede ayudar a construir una relación de confianza con los clientes y posicionarse como una marca preocupada por el bienestar de las futuras madres.
- **Promoción de la maternidad positiva:** La empresa puede aprovechar la oportunidad de promover la maternidad positiva y empoderadora a través de sus campañas de marketing y mensajes de marca, celebrando la belleza y la experiencia única de ser madre.
- **Colaboraciones estratégicas:** Asociarse con influencers, bloggers de maternidad, médicos obstetras u otras marcas relacionadas con el embarazo puede ayudar a ampliar el alcance de la empresa y conectar con nuevas audiencias de mujeres embarazadas.

4. ESTRATEGIA Y PLAN DE INTRODUCCIÓN DE MERCADO

4.1. VALIDACION E INVESTIGACION DEL MERCADO

4.1.1. Estudio piloto de mercado

Para el estudio se realizó el método inductivo, lo que implica seleccionar la muestra de población y obtener toda la información relevante mientras se generalizan las respuestas obtenidas a toda la población.

El propósito de esta encuesta es recopilar datos relevantes que permitan profundizar

en el análisis de ciertos aspectos específicos, según el enfoque del proyecto. Al abarcar un amplio rango de edades y contextos socioeconómicos, se busca una visión integral y diversa de las percepciones, actitudes y experiencias de las mujeres sobre el tema de estudio. Se realizó un estudio a las mujeres embarazadas en la localidad de Usaqué; según la secretaria distrital de la mujer, esta localidad tiene 240.613 mujeres, de las cuales el 47,4% (114.013) son de entre 15 y 40 años reproductivos de la mujer.

De acuerdo con (*Tamaño de la Muestra. Qué Es y Cómo Calcularla. | QuestionPro, s. f.*)¹ para obtener el tamaño de la muestra se aplica la siguiente fórmula

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

n= Tamaño de muestra buscado

N= Tamaño de la población

Z= Nivel de confianza 90% (1,65)

e= Error de estimación (7%)

p= Probabilidad de que ocurra el evento (50%)

q= Probabilidad de que no ocurra el evento (50%)

$$n = \frac{114.013 * 1,65^2 * 0,5 * 0,5}{0,07^2 * (114.013 - 1) + (1,65^2 * 0,5 * 0,5)}$$

$$= \frac{77.600}{559,34}$$

= **139** encuestas

Para redondear la cifra de 139, se realizarán 140 encuestas en la localidad de Usaqué.

El nivel de confianza del 90% es aceptable con un error de estimación del 7%.

4.1.2. Resultados encuesta realizada

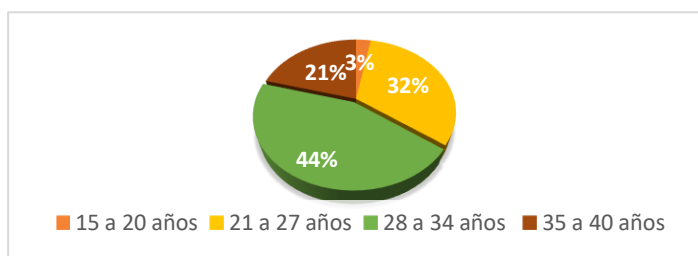
1. ¿Cuántos años tiene?

Tabla 2 *Pregunta 1 de la encuesta*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
15 a 20 años	4	2,86%
21 a 27 años	45	32,14%
28 a 34 años	62	44,29%
35 a 40 años	29	20,71%
Total	140	100%

Nota. Elaboración propia

Ilustración 8 *Pregunta 1 de la encuesta*



Nota. Elaboración propia descargada de google forms

De la población encuestada, el 44% corresponden a mujeres entre los 28 a 34 años; este es un rango de edad típico para la maternidad, 32% son mujeres de 21 a 27 años, el 21% pertenecen a las edades de 35 a 40 años y por último el 3% son mujeres entre los 15 a 20 años.

2. ¿Actualmente te encuentras embarazada?

Tabla 3 *Pregunta 2 de la encuesta*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	18	13%
NO	122	87%
Total	140	100%

Nota. Elaboración propia

Se destaca que el 13 % de las 140 mujeres encuestadas están embarazadas.

3. ¿En qué mes de embarazo te encuentras?

Tabla 4 *Pregunta 3 de la encuesta*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Primer trimestre	3	16,6%
Segundo trimestre	5	27,9%
Tercer trimestre	3	16,6%
Cuarto trimestre	7	38,9%
Total	18	100%

Nota. Elaboracion propia

Teniendo en cuenta las 18 mujeres que se encuentran en estado de embarazo, Los resultados indican que el 38.9% de las mujeres se encuentran en el último periodo de gestación.

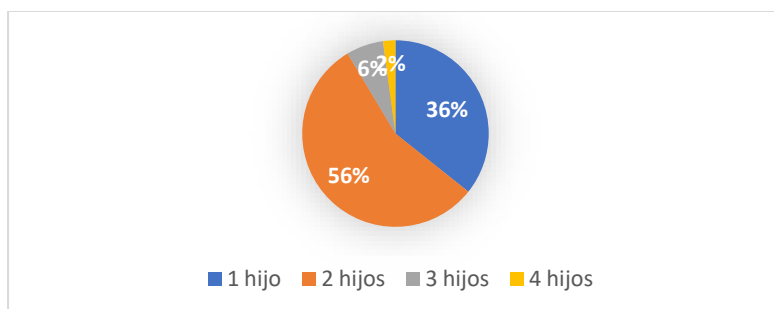
4. ¿Cuántos hijos esperas tener?

Tabla 5 *Pregunta 4 de la encuesta*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1 hijo	50	35,71%
2 hijos	78	55,71%
3 hijos	9	6,43%
4 hijos	3	2,14%
Total	140	100%

Nota. Elaboración propia

Ilustración 9 *Pregunta 4 de la encuesta*



Nota. Elaboración propia descargada de google forms

El 56% desean tener 2 hijos, 36% de las mujeres solo un hijo. Es una buena oportunidad para la empresa ya que un gran número de mujeres encuestadas desean tener más de un hijo.

5. ¿Qué desafíos específicos has enfrentado al buscar pijamas durante el embarazo?

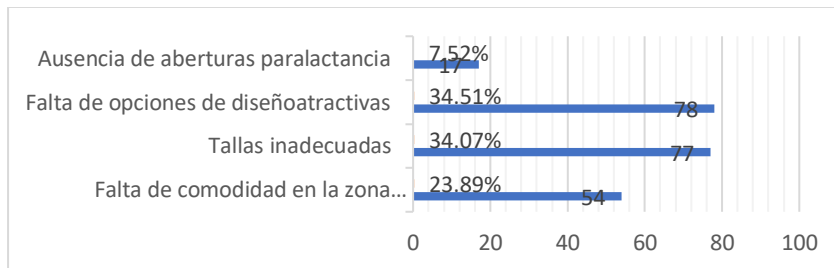
Seleccionar todas las que aplique

Tabla 6 *Pregunta 5 de la encuesta*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Falta de comodidad en la zona abdominal	54	23,89%
Tallas inadecuadas	77	34,07%
Falta de opciones de diseño atractivas	78	34,51%
Ausencia de aberturas para lactancia	17	7,52%
Total	226	100%

Nota. Elaboración propia

Ilustración 10 *Pregunta 5 de la encuesta*



Nota. Elaboración propia descargada de google forms

El desafío más comúnmente mencionado es la falta de opciones de diseño atractivas, con un alto porcentaje del 34.51%. Otros desafíos incluyen tallas inadecuadas con un 35,07%, falta de comodidad en la zona abdominal con 23,89% y ausencia de aberturas para lactancia 7,52%. El alto porcentaje de personas que mencionaron la "Falta de opciones de diseño atractivas" sugiere que la estética y los diseños modernos son factores importantes al elegir pijamas para embarazadas. Esto resalta la importancia de

ofrecer prendas que hagan sentir bien a las mujeres embarazadas en términos de moda y estilo.

6. ¿Qué características consideras más importantes en pijamas para embarazadas?

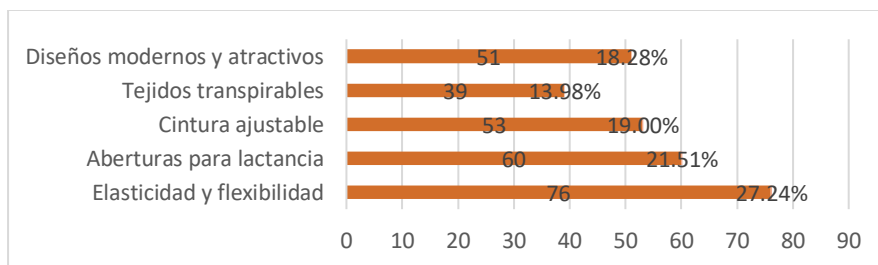
Seleccionar todas las que aplique

Tabla 7 *Pregunta 6 de la encuesta*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Elasticidad y flexibilidad	76	27,24%
Aberturas para lactancia	60	21,51%
Cintura ajustable	53	19,00%
Tejidos transpirables	39	13,98%
Diseños modernos y atractivos	51	18,28%
Total	279	100%

Nota. Elaboración propia

Ilustración 11 *Pregunta 6 de la encuesta*



Nota. Elaboración propia descargada de google forms

Las características con mayor porcentaje de importancia son: elasticidad y flexibilidad y aberturas para lactancia con el 27.24% y 21,51% respectivamente. La elasticidad y la flexibilidad son claramente factores importantes, ya que el cuerpo de una mujer embarazada está en constante cambio. Esto refleja la necesidad de prendas que se ajusten cómodamente a medida que el cuerpo se desarrolla. La alta prioridad dada a las aberturas para lactancia sugiere que las encuestadas valoran la practicidad y la facilidad de uso de las prendas incluso después del embarazo.

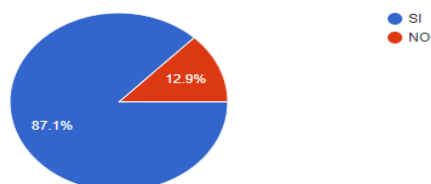
7. ¿Te gustaría que Las pijamas para embarazadas fueran versátiles y pudieran ser utilizados también después del embarazo?

Tabla 8 *Pregunta 7 de la encuesta*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	122	87%
NO	18	13%
Total	140	100%

Nota. Elaboración propia

Ilustración 12 *Pregunta 7 de la encuesta*



Nota. Elaboración propia descargada de google forms

La gran mayoría de los encuestados, un 87,1%, expresaron su deseo de que as pijamas para embarazadas sean versátiles y puedan ser utilizadas incluso después del embarazo. Esto indica que las mujeres consideran importante tener pijamas versátiles y puedan usarse en diferentes etapas, incluyendo durante y después del embarazo.

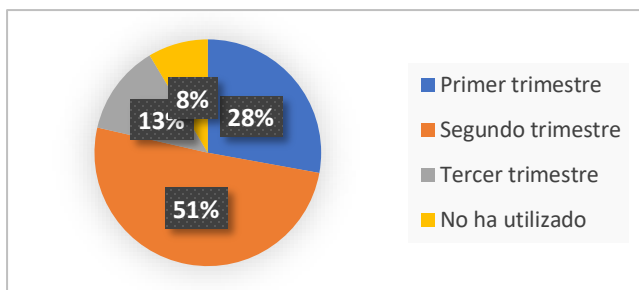
8. ¿En qué mes del embarazo comenzaste a usar pijamas especializadas?

Tabla 9 *Pregunta 8 de la encuesta*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Primer trimestre	39	27,86%
Segundo trimestre	71	50,71%
Tercer trimestre	18	12,86%
No ha utilizado	12	8,57%
Total	140	100%

Nota. Elaboración propia

Tabla 10 *Pregunta 8 de la encuesta*



Nota. Elaboración propia descargada de google forms

De acuerdo a los resultados, las mujeres en embarazo usan pijamas de maternidad a partir del segundo trimestre de gestación ya que en este periodo empieza el crecimiento y transformación del cuerpo, en 28% empiezan a usar desde el primer trimestre, el 13% en el último periodo y el 8% no han utilizado aun o nunca vieron necesario usar pijama de maternidad, esta última es un porcentaje muy mínimo lo cual indica que las pijamas para embarazadas es un buen producto para esta etapa de la mujer.

9. Al necesitar pijamas para un futuro embarazo, ¿qué harías?

Tabla 11 *Pregunta 9 de la encuesta*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Optar por pijamas de tela elástica para adaptarse al crecimiento del vientre	30	21,4%
Buscar pijamas diseñadas específicamente para mujeres embarazadas	74	52,9%
Consultar con amigas o familiares que hayan tenido embarazos para obtener recomendaciones	29	20,7%
Coser o ajustar las pijamas actuales para que sean más cómodos durante...	7	5%
Total	140	100%

Nota. Elaboración propia

Ilustración 13 *Pregunta 9 de la encuesta*



Nota. Elaboración propia descargada de google forms

Sobre un futuro embarazo, las mujeres indicaron que buscarían pijamas específicamente para embarazadas con un 52.9%, mientras que un 21.4% y 20.7% dijeron que optarían por pijamas con tela elástica para adaptarse al crecimiento del vientre y consultarían con amigos o familiares embarazados para obtener recomendaciones respectivamente, pero un 5% no muy alto indicaron que ajustarían sus pijamas actuales para que sean cómodas durante el embarazo. Con esto se puede concluir que se tiene un amplio mercado para las pijamas de embarazadas.

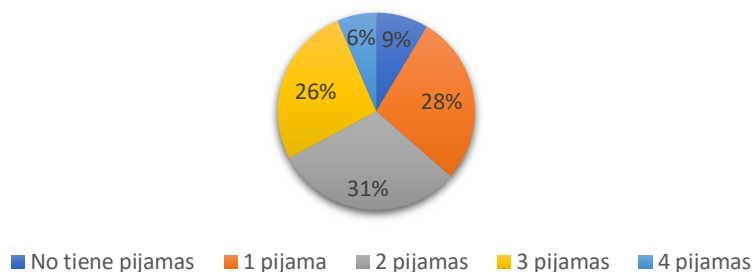
10. ¿Actualmente, cuántas pijamas has comprado durante tu embarazo?

Tabla 12 *Pregunta 10 de la encuesta*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
No tiene pijamas	12	8,57%
1 pijama	39	27,86%
2 pijamas	43	30,71%
3 pijamas	37	26,43%
4 pijamas	9	6,43%
Total	140	100%

Nota. Elaboración propia

Ilustración 14 *Pregunta 9 de la encuesta*



Nota. Elaboración propia descargada de google forms

Se puede evidenciar que el 31% de las mujeres encuestadas han comprado 2 pijamas durante su etapa de gestación. Esto quiere decir que durante el periodo de embarazo las mujeres prefieren tener 2 pijamas de maternidad.

11. ¿Por qué medio prefieres comprar las pijamas de embarazo y lactancia?

Tabla 13 *Pregunta 11 de la encuesta*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Tiendas físicas	71	50,7%
Tiendas en línea	33	23,6%
Redes sociales	22	15,7%
Mercados locales / feria de artesanías	14	10%
Total	140	100%

Nota. Elaboración propia

Ilustración 15 *Pregunta 11 de la encuesta*



Nota. Elaboración propia descargada de google forms

La opción de Tiendas físicas recibió la mayor cantidad de respuestas, con un significativo 50.7%, indicando que prefieren comprar ropa en tiendas físicas. Esto sugiere que la experiencia de compra tradicional, donde los compradores pueden ver, tocar y probarse las prendas antes de comprarlas, sigue siendo muy valorada por la mayoría. Sin embargo, el 23,6% de las encuestadas indican que prefieren comprar por internet, esto indica que la empresa debe contar con la opción de página web.

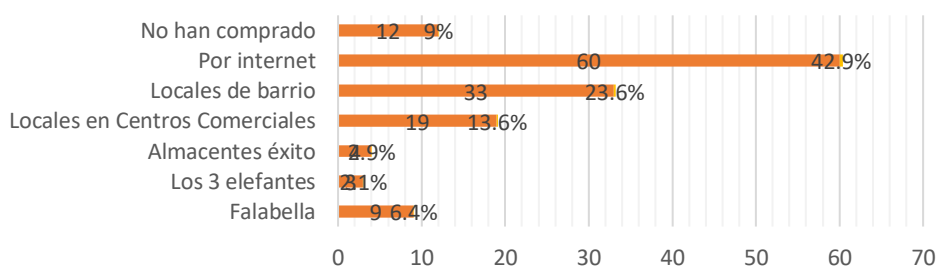
12. ¿En qué tienda principalmente compras pijamas para mujeres embarazadas en la localidad de Usaqué?

Tabla 14 Pregunta 12 de la encuesta

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Falabella	9	6,4%
Los 3 elefantes	3	2,1%
Almacenes éxito	4	2,9%
Locales en Centros Comerciales	19	13,6%
Locales de barrio	33	23,6%
Por internet	60	42,9%
No han comprado	12	9%
Total	140	100%

Nota. Elaboración propia

Ilustración 16 Pregunta 12 de la encuesta



Nota. Elaboración propia descargada de google forms

Se puede evidenciar que un 48.6% de las mujeres prefieren comprar tiendas físicas en su mayoría tiendas de barrio con el 23,6%, 13,6% locales ubicados en centros comerciales y un

11,4% almacenes de cadena como Falabella, los 3 elefantes, y almacenes éxito, sin embargo, un gran porcentaje de 42.9% compraron sus pijamas en tiendas en línea, entre otras.

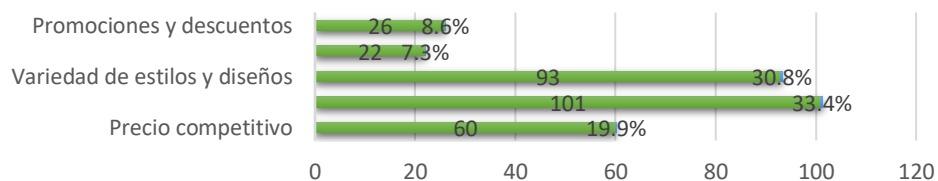
13. ¿Qué te motivaría a elegir una marca de pijamas para embarazadas sobre otra? (Selecciona todas las que apliquen)

Tabla 15 *Pregunta 13 de la encuesta*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Precio competitivo	60	19,9%
Calidad de los materiales	101	33,4%
Variedad de estilos y diseños	93	30,8%
Opiniones positivas de otros clientes	22	7,3%
Promociones y descuentos	26	8,6%
Total	302	100%

Nota. Elaboración propia

Ilustración 17 *Pregunta 13 de la encuesta*



Nota. Elaboración propia descargada de google forms

Las mujeres encuestadas indicaron que escogerían una marca de ropa por su calidad de los materiales con un 33,4% y la variedad de estilos y diseños con un 30,8%. Con esto se puede validar que la calidad en los materiales es un factor crucial y que los diseños sean opciones que se ajusten a las preferencias personales y a su estilo de vida ofreciendo una amplia gama de diseños.

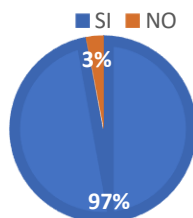
14. ¿Comprarías en una nueva empresa especializada en pijamas innovadoras para embarazadas en la localidad de Usaquén?

Tabla 16 *Pregunta 14 de la encuesta*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	136	97%
NO	4	3%
Total	140	100%

Nota. Elaboración propia

Ilustración 18 Pregunta 14 de la encuesta



Nota. Elaboración propia descargada de google forms

El 97% de las mujeres encuestadas compraría en una nueva marca especializada en pijamas para embarazadas siempre y cuando sean económicas, de calidad, se ajusten a la necesidad y tengan un diferencial con otras marcas, sin embargo, un 3% de las encuestadas no ven la necesidad de adquirir pijamas de maternidad.

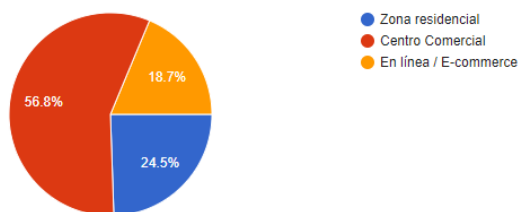
15. ¿Dónde te gustaría que estuviera ubicado el local comercial?

Tabla 17 Pregunta 15 de la encuesta

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Zona residencial	35	25%
Centro Comercial	79	56%
En línea / E-commerce	26	19%
Total	140	100%

Nota. Elaboración propia

Ilustración 19 Pregunta 15 de la encuesta



Nota. Elaboración propia descargada de google forms

El 56,8% de las mujeres encuestadas, prefieren que la venta de pijamas se realice en locales ubicados en centro comerciales, ya que son los lugares más visitados, aunque un 19% en tiendas en línea para tener una facilidad de compra.

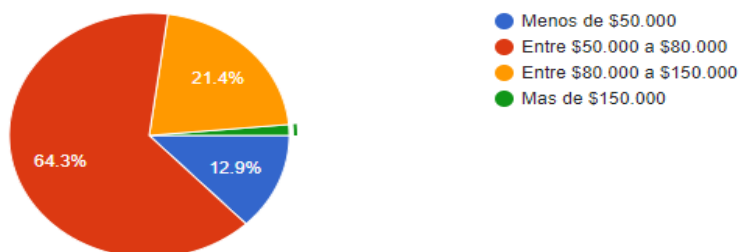
16. ¿Cuánto estarías dispuesta a pagar por pijamas específicamente para embarazadas?

Tabla 18 *Pregunta 16 de la encuesta*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$50.000	18	12,9%
Entre \$50.000 a \$80.000	90	64,3%
Entre \$80.000 a \$150.000	30	21,4%
Mas de \$150.000	2	1,4%
Total	140	100%

Nota. Elaboración propia

Ilustración 20 *Pregunta 16 de la encuesta*



Nota. Elaboración propia descargada de google forms

La opción "Entre 80.000 y 150.000" recibió la mayor cantidad de respuestas, con un 64,3% de los participantes indicando que estarían dispuestos a pagar dentro de este rango de precios por pijamas de mejor calidad y diseños específicos para embarazadas.

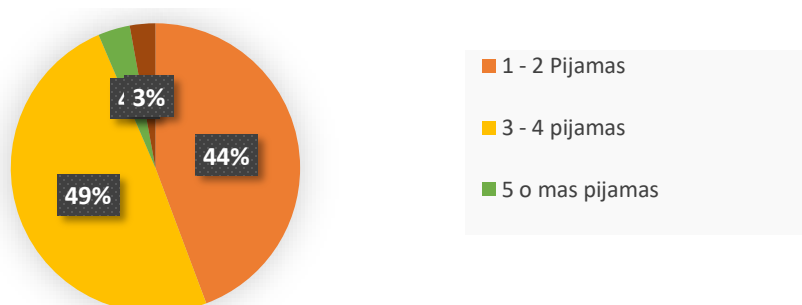
17. ¿Cuántas pijamas estarías dispuesta a comprar durante tu embarazo?

Tabla 19 Pregunta 17 de la encuesta

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1 - 2 Pijamas	62	44,3%
3 - 4 pijamas	69	49,3%
5 o más pijamas	5	3,6%
No compraría pijamas durante el embarazo	4	2,9%
Total	140	100%

Nota. Elaboración propia

Ilustración 21 Pregunta 17 de la encuesta



Nota. Elaboración propia descargada de google forms

De acuerdo con los resultados se evidencia que la mayoría de las mujeres encuestadas (93,2%) comprarían pijamas durante el embarazo, lo que indica una demanda potencialmente sólida para el producto; un 49.3% están dispuestos a comprar entre 3 a 4 pijamas y un 44.3% comprarían de 1 a 2 pijamas.

18. ¿Qué tipo de tejido prefiere para las pijamas?

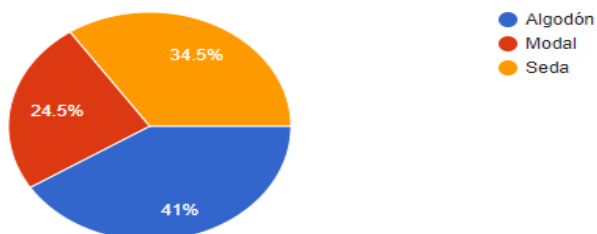
Tabla 20 Pregunta 18 de la encuesta

Variable	Frecuencia	Porcentaje
----------	------------	------------

Algodón	58	41,4%
Modal	34	24,3%
Seda	48	34,3%
Total	140	100%

Nota. Elaboración propia

Ilustración 22 Pregunta 18 de la encuesta



Nota. Elaboración propia descargada de google forms

La opción de tejido más preferida es el algodón, con un 41% de las respuestas. El alto porcentaje de preferencia por el algodón sugiere que las personas encuestadas valoran la comodidad y la sensación suave del algodón en sus pijamas. El algodón es conocido por ser un material transpirable y amigable con la piel, lo que podría ser importante durante el embarazo.

19. ¿Qué tipo de pijamas prefieres para el embarazo?

Tabla 21 Pregunta 19 de la encuesta

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Conjuntos de dos piezas (pantalón y top)	48	20,4%
Pijamas de una pieza tipomameluco	63	26,8%
Pijamas de camisa y pantalón	67	28,5%
Batas o kimonos a juego	57	24,3%
Total	235	100%

Nota. Elaboración propia

Ilustración 23 Pregunta 19 de la encuesta



Nota. Elaboración propia descargada de google forms

La opción de Pijamas de camisa y pantalón recibió la mayor cantidad de respuestas, con un porcentaje del 28,5%. Esto sugiere que un número significativo de participantes favorece este estilo de pijama durante el embarazo.

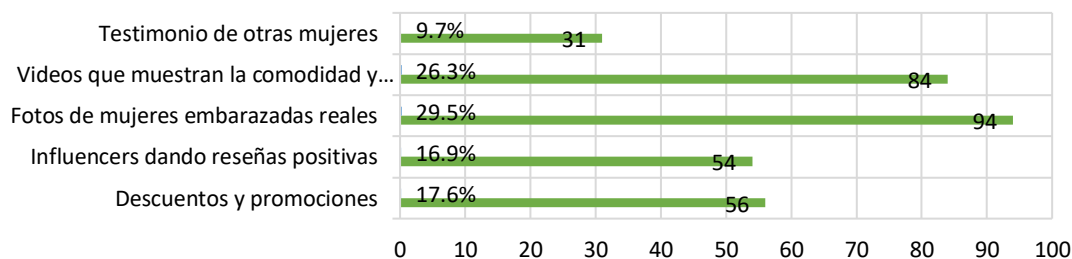
20. ¿Qué estrategias de marketing te llamarían más la atención al buscar pijamas para embarazadas? (Selecciona todas las que apliquen)

Tabla 22 Pregunta 20 de la encuesta

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos y promociones	56	17,6%
Influencers dando reseñas positivas	54	16,9%
Fotos de mujeres embarazadas reales	94	29,5%
Videos que muestran la comodidad y características de las pijamas	84	26,3%
Testimonio de otras mujeres	31	9,7%
Total	319	100%

Nota. Elaboración propia

Ilustración 24 Pregunta 20 de la encuesta



Nota. Elaboración propia descargada de google forms

La respuesta "Descuentos y promociones" recibió un 17.6% indicando que esta estrategia de marketing quizás no es la más importante, pero si es relevante al buscar pijamas para embarazadas. Esto sugiere que los consumidores son receptivos a ofertas económicas y que los descuentos son un factor determinante en su decisión de compra.

4.1.3. Análisis de la demanda

4.1.3.1. Demanda Potencial

Se consideró la población de mujeres en edad reproductiva en la localidad de Usaquén de Bogotá, que, según la Secretaría Distrital de la Mujer, tiene 114.013 habitantes entre 15 y 40 años, con una tasa de crecimiento de 1.12% en los próximos 5 años (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2023).

Para calcular los posibles compradores, se multiplica el porcentaje encuestado por la población de interés, es decir las mujeres que están dispuestas a tener uno o más de un hijo. En la pregunta 4 de la encuesta todas las mujeres están dispuestas a tener por lo menos un hijo, por lo cual 114.103 se multiplica por 3 que es el promedio de pijamas que comprarían durante el embarazo dando una cantidad de 342.039 pijamas estimada en la venta de las pijamas.

Tabla 23 *Demanda potencial*

Prendas	Población	Población Potencial (100%)	Compra de prendas	Demanda Potencial
Pijamas	114013	114013	3	342.039

Nota. Elaboración propia

4.1.3.2. Demanda real

La demanda real consiste en la cantidad de pijamas que las mujeres embarazadas quieren adquirir hoy. Para esto se tiene en cuenta el porcentaje de mujeres que se encuentran en estado de embarazo de acuerdo con la encuesta realizada que sería el 13%, este porcentaje se multiplica por la población potencial dando como resultado 14.821 mujeres en estado de embarazo.

Tabla 24 *Demanda real*

Prendas	Población Potencial	Población Real	Promedio de prendas compradas	Demanda Real
Pijamas	14.000	13%	2	14.821

Nota. Elaboración propia

4.1.3.3. Demanda efectiva

Esta demanda muestra la cantidad de pijamas que las mujeres de la localidad de Usaquen desean adquirir si se implementara la empresa, para conocer esta demanda, se toma como referencia la pregunta ¿Compraría en una nueva empresa especializada en pijamas innovadora para embarazadas en la localidad de Usaquén?, esta indica que un 97% si está dispuesta en adquirir sus pijamas.

Para calcular la demanda efectiva, se multiplica el 97% por la demanda potencial, dando por resultado 110.592 mujeres que están dispuestas a comprar en la nueva empresa, luego se multiplica por 3 que es el promedio de pijamas que desean adquirir obteniendo un resultado de 331.776 pijamas que desean adquirir las mujeres en estado de embarazo.

Tabla 25 *Demanda efectiva*

Prendas	Población	Población Efectiva	Promedio de prendas a adquirir	Demanda Efectiva
Pijamas	110592	97%	3	331.776

Nota. Elaboración propia

4.1.3.4. Demanda Insatisfecha

Se debe asegurar que la demanda siempre sea mayor para seguir vendiendo en la zona analizada (Usaquen). Si no fuese así, al acabarse la demanda la empresa debe irse para otro sector o ampliar sus negocios hacia otras zonas de la ciudad.

La población total en Usaquen (2024), es de 114.013 mujeres fértiles. El 97% compraría en la empresa que se está creando. Ese número de mujeres está dispuesto a comprar en promedio 3 pijamas, pero solo el 28,5% compraría pijamas de camisa y pantalón, por lo cual el valor de demanda insatisfecha llega a 94556 mujeres. Finalmente, a esta demanda se le resta la oferta en centros comerciales (13.4% de 114.103 = 15.505), que es donde los encuestados prefieren que se ubique el punto de venta Au Dodo. La demanda insatisfecha total será $94556 - 15505 = 79051$.

Tabla 26 *Demanda insatisfecha*

Pijamas			
Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
0	94556	15505	79051
1	105903	17366	88537
2	118611	19449	99162
3	132844	21783	111061
4	148786	24397	124388
5	166640	27325	139315

Nota. Elaboración propia

4.2. ESTRATEGIAS DE PRODUCTO

4.2.1. Marca y logotipo

La marca de las pijamas para mujeres en embarazo es "Au Dodo"; es una expresión en Frances que significa ir a dormir. El logotipo de las prendas está diseñado con un fondo azul y unas letras que dicen el nombre de la empresa, la última letra O tiene dos Z que simbolizan dormir, debajo del nombre está el eslogan "prendas hechas con amor"

Ilustración 25 *Logotipo de la marca de ropa*



Nota. Imagen descargada del Instagram de la empresa

4.2.2. Etiqueta

Se le colocará una etiqueta al interior de las prendas, donde se encontrará el logotipo de la marca en la parte central y debajo de este la talla de la prenda. En la parte posterior se encontrará la etiqueta con el logotipo de empresa, las instrucciones de lavado y secado de la prenda

Ilustración 26 *Etiqueta de la marca*



Nota. Imagen suministrada por la gerente de la empresa Au Dodo

4.2.3. Empaque

La comercialización de las pijamas se hace en cajas de cartón las cuales están marcadas con el logo y eslogan de la empresa, al interior envueltas en papel de seda impreso con el logo.

Ilustración 27 *Empaque de la empresa*



Nota. Imagen suministrada por la gerente de la empresa Au Dodo

4.3. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCION

4.3.1. Definición del mercado

Después de haber realizado un estudio de mercado, la empresa se concentrará en confeccionar pijamas para mujeres embarazadas que se encuentran entre las edades de 15 a 40 años ya que fue la mayoría de las mujeres encuestadas

4.3.2. Canal de comercialización

Con el fin de ofrecer prendas de calidad y un excelente servicio, la empresa tendrá en sus inicios una única sucursal en la localidad de Usaquen - Bogotá, por ello, el canal de comercialización directo, es decir, las ventas de las prendas serán en las instalaciones de la empresa a los clientes que se acerquen a adquirirlas.

4.4. ESTRATEGIA DE PRECIO

La estrategia de precio que se utilizará es por costo más margen, es decir que, se establecerá el precio de acuerdo con el costo de producción y un pequeño margen, debido a que la empresa es nueva en la localidad, el fin de esta estrategia es posicionar a la misma dentro del mercado al iniciodel negocio.

En este punto se tomarán en cuenta las cantidades elegidas por el público para cada prenda que desean adquirir, y para el cálculo de los precios se considerarán ciertos factores, que a continuación se exponen:

- Precios de la materia prima
- Costos administrativos
- Poder adquisitivo
- Costo de la publicidad y promoción

En la siguiente tabla se expone el precio que tendrá cada uno de las pijamas en el primer año de producción de la empresa.

Tabla 27 *Precios referenciales*

Descripción	Precio unitario
Lumier	\$179.990
Boréal	\$179.990
Nuage	\$159.990
Éclair	\$159.990
Etoile Rosé	\$159.990
Etoile Vert	\$159.990

Nota. Elaboración propia a partir de la tabla No 82.

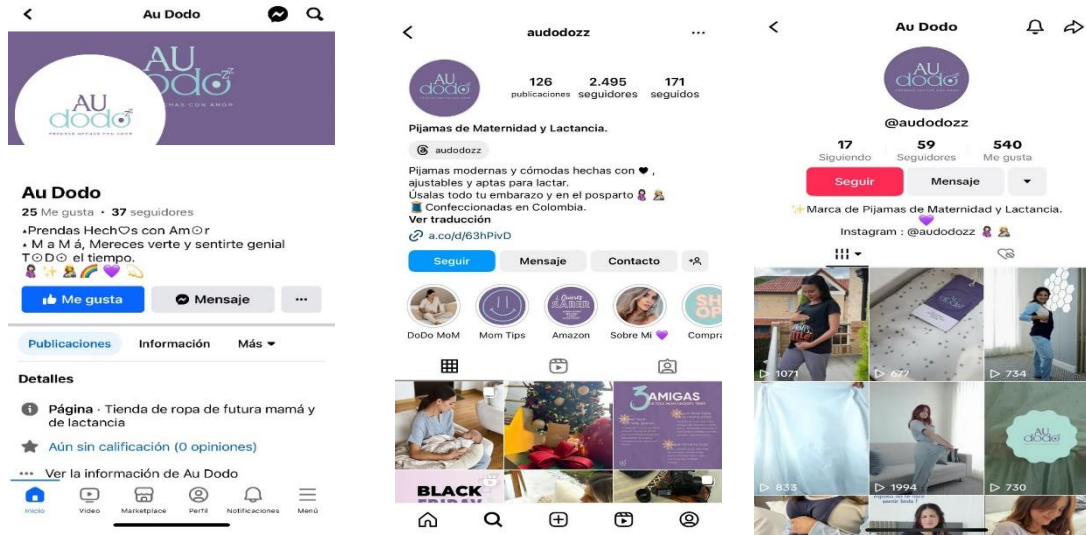
4.5. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Publicidad en redes sociales: Se utilizarán las mismas para compartir información y

ofertar los productos entre los posibles clientes. Por este mismo medio se mantiene informada la clientela sobre los descuentos y atenciones especiales a través de publicaciones en las cuentas oficiales.

Por ello, se creará cuentas en las redes sociales más seleccionadas en la encuesta aplicada:

Ilustración 28 *Página de Facebook, Instagram y TikTok de la empresa*



Nota. Imagen extraída de Facebook, Instagram y TikTok de la empresa Au Dodo

5. ASPECTOS TÉCNICOS

5.1. FICHA TÉCNICA

Las pijamas Au Dodo tienen una composición del 32% de algodón, 59% poliéster y 9% de Spandex. Las tallas que se manejan son S, M, L y XL. Resalta el confort, haciéndolo realidad por medio de un pijama elegante, de materiales suaves y resistentes que sirve durante y después del embarazo. Al tener el tiro largo, permite que el pijama cubra toda la barriga y no tenga que ser colocada en la parte inferior. Para el tema de la lactancia el producto cuenta con aberturas especiales que dan facilidad y discreción a la hora de lactar en cualquier lugar, incluso lugares públicos.

Todas las pijamas cuentan con un caucho especial en todas las pretinas de los pantalones el cual puedes ajustar según la medida de la barriga, por lo cual todos los diseños se pueden utilizar desde el embarazo hasta el posparto. A continuación, se pueden apreciar las características técnicas principales del producto:


Ilustración 29 Características técnicas diferenciadoras del producto Au Dodo





Nota. Elaboración propia

La línea de diseños de pijama que maneja la empresa son los siguientes:

Ilustración 30 Diseño de pijama Etoile Vert



ETOILE VERT
Color: Verde Menta

	Ref	Color
Tobago - Witty		Estrellas
Tobago	6015	Verde

Nota. Elaboración propia

Ilustración 31 Diseño de pijama Etoile Rosé

ETOILE ROSÉ
Colores: Rosado Aurora
Blanco Bright

	Ref	Color
Tobago – Maiskai	V1A	Estrellas
Tobago	2201	Rosado
Tobago	1062	Crudo

Nota. Elaboración propia

Ilustración 32 *Diseño de pijama Boreal*

BORÉAL
Color: Very Peri

	Ref	Color
Handel	4878	Morado

Nota. Elaboración propia

Ilustración 33 *Diseño de pijama Lumier*

LUMIER
Color: Nude

	Ref	Color
Handel	80016	Nude

Nota. Elaboración propia

Ilustración 34 *Diseño de pijama Nuage*

	NUAGE Colores: Azul Navy Azul Maya			
		Ref	Color	
	Iberica	5151	Azul Oscuro	
	Iberica	51362	Baby Blue	
	Iberica	1062	Crudo	
Iberica - Klola Line	V1	Estrellas		

Nota. Elaboración propia

Ilustración 35 *Diseño de pijama éclair*

	ÉCLAIR Colores: Gris Cool Blanco Bright			
		Ref	Color	
	Iberica	1062	Crudo	
	Iberica	9194	Gris	
	Iberica - Klola Line	V3	Estrellas	

Nota. Elaboración propia

5.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

Es el número de pijamas para mujeres embarazadas y lactantes que se pueden fabricar con la maquinaria adecuada y con el personal que las operará en un tiempo determinado. Serán 4 operarias que manejarán de forma estratégica dos máquinas planas automáticas, dos fileteadoras a 5 Hilos con puntada de seguridad gama genérica, dos máquinas de puntada cadeneta tipo collarín y recubridor superior, un Ojal plano, una máquina de Pegado de botón, una Cuchilla vertical y una plancha profesional. La jornada laboral es de 8,5 horas de lunes a viernes y el sábado de 4,5 horas. Dicha jornada se irá evaluando de acuerdo con los recortes que está implementando el gobierno de llevarla a 42 horas semanales en el 2026. (Cómo se reducirá la

jornada laboral hasta llegar a 42 horas semanales, s.f.).

5.3. CAPACIDAD INSTALADA

Es el volumen total de producción que se realiza en un día completo, entendiéndose como la capacidad máxima con la que cuenta la empresa durante 24 horas exactas. Los recursos de mano de obra directa y maquinaria asociada se calculan para cubrir la demanda insatisfecha evidenciada en el capítulo anterior teniendo como base la encuesta realizada a las mujeres en estado de reproducción de la localidad de Usaqué. Para obtener la capacidad instalada se debe calcular los procesos productivos de cada tipo de pijama, que se explicaran más adelante en detalle en los diagramas de flujo de cada proceso de fabricación.

Tomando como ejemplo un pijama tipo Etoile Rosé, para lograr un proceso productivo se emplea un tiempo de 86 minutos usando un operario y un set de máquinas (ver diagrama de flujo en las tablas 39 y 40). Para el cálculo diario, se toman los 1440 minutos que tiene el día y se dividen entre los 86 minutos de cada ciclo. El cálculo se realizó para cada tipo de pijama que la empresa quiere comercializar, ver tabla 29.

Tabla 28 *Cálculo de la cantidad de procesos productivos de las pijamas Au Dodo*

Prenda de vestir	Horas al día	Minutos por hora	Minutos al día	Capacidad productiva (min)	Procesos productivos/día
Etoile Rosé				86	16
Etoile Vert				86	16
Nuage				83	17
Éclair	4	60	1440	83	17
Boréal				78	18
Lumier				78	18

Nota. Elaboración propia basada en la Información suministrada por la Diseñadora Oriana Pugliese

Para llegar a saber la capacidad instalada, se proyecta una cantidad de 4 operarios que trabajarán de acuerdo con la estrategia de la tabla 45 las 24 horas al día. Esta estrategia hace que

se fabriquen 5 pijamas por proceso productivo. En el caso del pijama Boréal se toman los 18 procesos productivos y se los multiplica por 5 prendas por hora, dando un total de 90 pijamas por día. Como solo se trabaja este modelo una vez a la semana, se multiplica por 4 para obtener 360 pijamas por mes. Finalmente se multiplica por 13 (meses de 4 semanas), obteniendo una capacidad instalada al año de 4680 unidades. Esta acción se efectúa para cada producto que la empresa comercializa.

Tabla 29 *Capacidad Instalada*

Prendas de vestir	Procesos productivos	Cantidad de prendas	Unidades Mensuales (4 semanas)	Meses (4 semanas)	Unidades al Año (52 semanas)
Etoile Rosé	16	80	320	13	4160
Etoile Vert	16	80	320	13	4160
Nuage	17	85	340	13	4420
Éclair	17	85	340	13	4420
Boréal	18	90	360	13	4680
Lumier	18	90	360	13	4680

Nota. Elaboración propia basada en la Información suministrada por la Diseñadora Oriana Pugliese

5.4. CAPACIDAD UTILIZADA

Es la capacidad de producción real de la empresa que en un horario laboral legal se logra con la maquinaria y el personal asociado. La empresa trabajará con 4 operarios, 8 horas al día, 6 días a la semana durante todo el año. Se pueden manejar horas extras o nuevo personal en caso de cambios en la jornada laboral para mantener el nivel de producción deseado.

Para calcular la capacidad utilizada, se divide la capacidad instalada por 3, ya que se trabajarán en promedio 8 horas diarias de los 24 totales del día. Luego, para saber cuántos pijamas de cada tipo se van a producir, se ha realizado una venta piloto en la localidad de Usaquen teniendo en cuenta el número total de la capacidad utilizada por día, el cual es de 170 pijamas. De esa muestra los clientes prefirieron comprar 51 pijamas Lumier, 39 Boreal, 34 Nuage, 20 Eclair, 17 Etoile Rosé y 9 Etoile Vert. Paralelamente se ha realizado una encuesta preguntando

cual pijama compraría de las 6 que ofrece la empresa, dando un resultado muy similar a las ventas piloto, por lo cual se ha dejado esos valores para la producción. Para calcular la cantidad de unidades por mes se multiplica por 4 y ese valor por 13 para determinar las cantidades anuales. Se debe tener en cuenta que se ha destinado uno a dos días a la semana para cada tipo de pijama.

Tabla 30 *Capacidad utilizada*

Días	Prendas	Unidad día Cap instalada / 3	% Pijamas demanda	Unidades al día	Unidad al mes	Unidad al año
Lunes y martes	Lumier	30	30%	51	204	2652
Martes y Miércoles	Boréal	30	23%	39	156	2028
Jueves y viernes	Nuage	28	20%	34	136	1768
Viernes	Éclair	28	12%	20	80	1040
Viernes y Sábado	Etoile Rosé	27	10%	17	68	884
Sábado	Etoile Vert	27	5%	9	36	468
Total					680	8840

Nota. Elaboración propia basada en la Información suministrada por la Diseñadora Oriana Pugliese

5.4.1. Aprovechamiento de la capacidad instalada y utilizada

Se toman los valores obtenidos en las tablas 29 y 30. Este cálculo sirve para saber cuánto se puede aumentar la producción en un futuro para cada pijama:

Tabla 31 *Aprovechamiento de la capacidad instalada y utilizada*

Producto	Capacidad Instalada	Capacidad utilizada	Porcentaje de utilización
Lumier	4680	2652	56,67 %
Boréal	4680	2028	43,3 %
Nuage	4420	1768	40 %
Éclair	4420	1040	23,52 %
Etoile Rosé	4160	884	21,25 %
Etoile Vert	4160	468	11,25 %

Nota. Elaboración propia

5.4.2. Participación en el mercado de "Au Dodo"

Para calcular el porcentaje de participación en el mercado de la empresa, se verifica la

demanda real, que se calculó tomando el número de mujeres embarazadas que es del 13% de 114.013, correspondiendo el valor de 14821. La población crece 1.12%, por lo cual después del primer año (para 2025), se multiplica 79051 (demanda insatisfecha) por 1.12 y se debe restar 8840 que fue lo que se vendió (esperado) en 2024. Para 2026 se resta nuevamente 8840 que es la capacidad utilizada de la empresa. Ese año se resta también las 14821 mujeres que ya salieron de la lactancia para ese entonces. Para el año 2027 se resta 8840.

Tabla 32 *Participación en el mercado de "Au Dodo"*

Año	Demanda Insatisfecha	Capacidad Utilizada	Porcentaje participación
Pijamas Au Dodo			
1 (2024)	14821	8840	59,64%
2 (2025)	79697	8840	11,09%
3 (2026)	65599	8840	13,47%
4 (2027)	64631	8840	13,67%
5 (2028)	72387	8840	12,21%

Nota. Elaboración propia basada en las Tablas N°26 y 30

5.5. PLAN DE PRODUCCION

Las 4 operadoras empiezan al mismo tiempo el proceso de la confección del pijama, cada una tiene un proceso diferente el cual complementa al de la otra operadora para realizar una confección en cadena que sea más eficiente y corta. En su lugar de trabajo se encuentran dos canastas; una en la parte inferior derecha donde se deja el proceso terminado y otra en la izquierda, donde se encuentran las prendas por confeccionar.

La primera operadora se encarga de fusionar con entretela en una termo fijadora las pecheras de las blusas y va dejando la pieza terminada en su canasta derecha para que la segunda operadora pueda tomar la pieza fusionada y empezar a ojalar y colocar el botón de esta. Al mismo tiempo la operadora 3 está montando los hombros de las blusas y dejando en su canasta el proceso terminado para que la operadora 4 pueda ir tomando la prenda y montando los sesgos

que van en el cuello. Al terminar ese proceso va dejando en su canasta para que el jefe de producción pueda llevarlo a la operadora 1 y 2 y así empezar el proceso más largo de la confección de las pijamas que es el montaje de las pecheras. El Proceso terminado se va dejando en su canasta para que operadora 3 pueda empezar a cerrar los costados de la blusa y la operadora 4 cierre y monte puños de la blusa.

El Patinador o también llamado jefe de producción, se encarga de pasar prendas terminadas a la operadora 1 para que dobladille la blusa en la máquina collarín y la operadora 2 remate y deje la prenda terminada. La operadora 3 empieza el proceso de la confección del pantalón organizando y dividiendo todas las piezas del corte para poder entregar a las otras operarias. Ella misma se encarga de abrir todos los ojales de la pretina del pantalón mientras al mismo tiempo la operaria 4 se encarga de cerrar todos los bolsillos de los pantalones. El patinador entrega bolsillos cerrados a la operaria 1 para que monte los bolsillos sobre pantalón, la operaria 2 se encarga de cerrar el tiro delantero y trasero con filete y la operaria 3 se encarga de cerrar los costados. Van dejando en canasta de terminados para no parar el proceso y así la operaria 1 y 4 puedan empezar a encauchar la pretina del pantalón (este es uno de los procesos más demorados). La Operadora 2 va tomando los pantalones encauchados para dobladillar, la operadora 3 va alistando cordones que van en la pretina y va montándolos en el centro de esta, la operadora 4 recibe el pantalón ya con cordones puestos para pegar botones. Para finalizar, la operadora 2 se encarga de pegar las maquillas en maquina plana. En la siguiente tabla que describe el proceso:

Tabla 33. *Proceso de fabricación de un pijama "Au Dodo"*

Proceso	Maquina	Tiempos	Proceso	Maquina	Tiempos	Proceso	Maquina	Tiempos	Proceso	Maquina	Tiempos
Fusionar	Termofijadora	10	Ojal y Poner Botón	Ojaladora Botonadora	30	Montar Hombro	Plana	90	Montar Sesgo	Plana	30
Montar Pechera	Plana	150	Montar Pechera	Plana	150	Cerrar Costado	Plana	120	Cerrar y Montar Puño	Fileteadora	150






Dobladillar Collarin	60	Rematar Plana	60	Preparar Pantalón y Ojales Ojaladora	30	Cerrar Bolsillo Plana	60
Montar Bolsillo Plana	120	Cierre Tiro delantero y trasero Fileteadora	90	Cerrar Costados Filete	150	Encauchar Pretina Plana	150
Encauchar Pretina Plana	150	Dobladillar Bota Collarin	60	Alistar Cordones , rematar y montar Plana	30	Pegar Botones Plana	30
		Pegar Marquilla Plana	30				
Miutos	490		420		420		420
Horas	8		7		7		7

Nota. *Elaboración propia*

5.5.1. FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO

La simbología de la tabla a continuación, se la utiliza en el diagrama de recorrido del proceso de confección de cada una de las cinco prendas de vestir que la empresa va a comercializar, en esta se describe las actividades realizadas y el tiempo que se utilizó para obtener la sangría.






Tabla 34. *Simbología del proceso de recorrido*

Símbolo	Nombre
	Operación
	Inspección
	Transporte
	Espera
	Almacenamiento

Nota. *Elaboración propia*






A continuación, se detalla los flujogramas del proceso de confección de cada pijama:

Tabla 35 Diagrama de recorrido para la confección de una blusa Etoile Vert y Rosé

BLUSA REFERENCIA ETOILE VERT						
ACTIVIDAD						TIEMPOS
Primera fase						80 min
Diseño de Blusa	X					60 min
Elaboración de Ficha Técnica			X			20 min
Segunda fase						94 min
Patronaje (Diseño de Moldiería)			X			35 min
Escalado de Tallas (S-M-L-XL)			X			7 min
Impresión de Moldiería y Corte	X					15 min
Tendido de Tela		X				10 min
Tizado		X				9 min
Corte de Tela		X				8 min
Organizar corte según la talla				X		10 min
Tercera Fase (Por Unidad)						41 min
Unir sesgo pieza delantera	X					3 min
Pespuntar sesgo	X					2 min
Unir Hombros	X					1 min
Unir Mangas	X					3 min
Cerrar Costados	X					4 min
Dobladillar mangas	X					3 min
Dobladillar ruedo	X					5 min
Cerrar y montar cuello	X					3 min
Pespuntar cuello	X					2 min
Cinta Tapa Cuello	X					3 min
Marcar y poner broches		X				10 min
Marquillar , revisar y rematar	X					2 min
Cuarta Fase (Por Unidad)						5 min
Control de Calidad		X				2 min
Planchado		X				1 min
Empaque		X				1 min
Almacenamiento					X	1 min






Nota. Elaboración propia basada en la investigación de campo

Tabla 36 Diagrama de recorrido para la confección de un pantalón Etoile Vert y Rosé

PANTALÓN REFERENCIA ETOILE VERT						
ACTIVIDAD						TIEMPOS
Primera fase						50 min
Diseño de Pantalón	X					35 min
Elaboración de Ficha Técnica			X			15 min
Segunda fase						94 min
Patronaje (Diseño de Moldiería)			X			35 min
Escalado de Tallas (S-M-L-XL)			X			7 min
Impresión de Moldiería y Corte	X					15 min
Tendido de Tela		X				10 min
Tizado		X				9 min
Corte de Tela		X				8 min
Organizar corte según la talla				X		10 min
Tercera Fase (Por Unidad)						30 min
Abrir Ojales	X					1 min
Cerrar bolsillos y montar bolsillo	X					6 min
Cierre Tiro delantero y tresero	X					3 min
Cerrar costados Pantalín	X					5 min
Encauchar Pretina	X					10 min
Dobladillar Bota	X					2 min
Alistar cordones , rematar y montar	X					1 min
Pegar Marquilla	X					1 min
Pegar Botones	X					1 min
Cuarta Fase (Por Unidad)						4 min
Control de Calidad		X				1 min
Planchado		X				1 min
Empaque		X				1 min
Almacenamiento					X	1 min






Nota. Elaboración propia basada en la investigación de campo

Tabla 37 Diagrama de recorrido para la confección de una blusa Nuage y Eclair

BLUSA REFERENCIA NUAGE						
ACTIVIDAD						TIEMPOS
Primera fase						80 min
Diseño de Bitusa	X					60 min
Elaboración de Ficha Técnica			X			20 min
Segunda fase						94 min
Patronaje (Diseño de Moldiería)			X			35 min
Escalado de Tallas (S-M-L-XL)			X			7 min
Impresión de Moldiería y Corte	X					15 min
Tendido de Tela		X				10 min
Tizado		X				9 min
Corte de Tela		X				8 min
Organizar corte según la talla				X		10 min
Tercera Fase (Por Unidad)						31 min
Dobladillar tono 3	X					1 min
Dobladillar tono 1 borde costado	X					3 min
Dobladillar ruedo tono 1	X					3 min
Unir manga con tono 1 y 3	X					5 min
Cerrar costados	X					5 min
Dobladillar aberturas laterales	X					4 min
Cerrar y montar cuello	X					3 min
dobladillar mangas	X					3 min
Marquillar , revisar y rematar	X					4 min
Cuarta Fase (Por Unidad)						5 min
Control de Calidad		X				2 min
Planchado		X				1 min
Empaque		X				1 min
Almacenamiento					X	1 min






Nota. Elaboración propia basada en la investigación de campo

Tabla 38 Diagrama de recorrido para la confección de un pantalón Nuage y Eclair

PANTALÓN REFERENCIA NUAGE						
ACTIVIDAD						TIEMPOS
Primera fase						50 min
Diseño de Pantalón	X					35 min
Elaboración de Ficha Técnica			X			15 min
Segunda fase						94 min
Patronaje (Diseño de Moldiería)			X			35 min
Escalado de Tallas (S-M-L-XL)			X			7 min
Impresión de Moldiería y Corte	X					15 min
Tendido de Tela		X				10 min
Tizado		X				9 min
Corte de Tela		X				8 min
Organizar corte según la talla				X		10 min
Tercera Fase (Por Unidad)						37 min
Abrir Ojales	X					1 min
Cerrar bolsillos y montar bolsillo	X					6 min
Cierre Tiro delantero y tresero	X					3 min
Cerrar costados Pantalín	X					5 min
Encauchar Pretina	X					10 min
Dobladillar Bota	X					2 min
Alistar cordones , rematar y montar	X					1 min
Pegar Marquilla	X					1 min
Pegar Botones	X					1 min
Cuarta Fase (Por Unidad)						4 min
Control de Calidad		X				1 min
Planchado		X				1 min
Empaque		X				1 min
Almacenamiento					X	1 min






Nota. Elaboración propia basada en la investigación de campo

Tabla 39 Diagrama de recorrido para la confección de una blusa Boréal y Lumier

BLUSA REFERENCIA BORÉAL						
ACTIVIDAD						TIEMPOS
Primera fase						80 min
Diseño de Blusa	X					60 min
Elaboración de Ficha Técnica			X			20 min
Segunda fase						94 min
Patronaje (Diseño de Moldiería)			X			35 min
Escalado de Tallas (S-M-L-XL)			X			7 min
Impresión de Moldiería y Corte	X					15 min
Tendido de Tela		X				10 min
Tizado		X				9 min
Corte de Tela		X				8 min
Organizar corte según la talla				X		10 min
Tercera Fase (Por Unidad)						33 min
Entretelar Pechera			X			1 min
Marcar , abrir ojales y poner botón			X			1 min
Montar Hombros	X					3 min
Montar Sesgo de Cuello	X					1 min
Montar Pechera	X					10 min
Cerrar Costados	X					4 min
Cerrar Manga y Montar Puño	X					5 min
Dobladillar	X					2 min
Rematar	X					2 min
Termofijar Marquilla			X			4 min
Cuarta Fase (Por Unidad)						5 min
Control de Calidad			X			2 min
Planchado			X			1 min
Empaque			X			1 min
Almacenamiento					X	1 min

Nota. Elaboración propia basada en la investigación de campo

Tabla 40 Diagrama de recorrido para la confección de un pantalón Boréal y Lumier

PANTALÓN REFERENCIA BORÉAL						
ACTIVIDAD						TIEMPOS
Primera fase						50 min
Diseño de Pantalón	X					35 min
Elaboración de Ficha Técnica			X			15 min
Segunda fase						94 min
Patronaje (Diseño de Moldiería)			X			35 min
Escalado de Tallas (S-M-L-XL)			X			7 min
Impresión de Moldiería y Corte	X					15 min
Tendido de Tela		X				10 min
Tizado		X				9 min
Corte de Tela		X				8 min
Organizar corte según la talla				X		10 min
Tercera Fase (Por Unidad)						30 min
Abrir Ojales	X					1 min
Cerrar bolsillos y montar bolsillo	X					6 min
Cierre Tiro delantero y tresero	X					3 min
Cerrar costados Pantalón	X					5 min
Encauchar Pretina	X					10 min
Dobladillar Bota	X					2 min
Alistar cordones , rematar y montar	X					1 min
Pegar Marquilla	X					1 min
Pegar Botones	X					1 min
Cuarta Fase (Por Unidad)						4 min
Control de Calidad			X			1 min
Planchado			X			1 min
Empaque			X			1 min
Almacenamiento					X	1 min

Nota. Elaboración propia basada en la investigación de campo

5.6. INFRAESTRUCTURA

La empresa desarrollará sus labores de fabricación en un taller ubicado en la localidad de Usaquén, barrio Toberín:

Ilustración 36 Distribución de taller y punto de venta de "Au Dodo"



Nota. Elaboración Propia

También contará con un local comercial en el centro comercial hacienda Santa Bárbara:



Nota. Elaboración Propia



5.7. TECNOLOGIA EMPLEADA

Hacen parte la maquinaria, equipo y materiales que apoyan el proceso de confección de las pijamas.


6.6.1.1 Maquinaria y equipo

Tabla 41 *Máquina plana automática*

Cantidad	2
Marca y modelo	BROTHER S6280A
Precio	3.600.000
<p>Características técnicas</p> 	Máquina plana automática
	Costura Recta gama alta original
	Levanta pie automático sin rodillera
	Corta hilo automático sin rodillera
	Remate automático con pedal o botón electrónico
	Tipo de Aguja: Cubo Gueso 135x5
	Hasta 16 horas de trabajo continuo - diario (sugerido)
	Voltaje: 110/220v
	Panel multifunción integrado
Luz led original integrada	
Devanador incorporado	


Nota. Elaboración propia basada en investigación de campo.

Tabla 42 *Máquina Fileteadora a 5 Hilos con puntada de seguridad*

Cantidad	2
Marca y modelo	JACK E3-5
Precio	2.300.000
<p>Características técnicas</p> 	Fileteadora a 5 Hilos con puntada de seguridad gama genérica
	Tipo de aguja: B27
	Panel multifunción externo
	Voltaje: 110 V
	Posicionador de aguja
	Luz led original integrada
	Motor direct drive incorporado de 550w


Nota. Elaboración propia basada en investigación de campo.

Tabla 43 *Máquina Puntada cadeneta tipo collarín y recubridor superior*

Cantidad	2
Marca y modelo	JACK W4
Precio	3.060.000
<p>Características técnicas</p> 	Puntada cadeneta tipo collarín y recubridor superior
	Tipo de aguja: B63
	Panel multifunción integrado
	Motor direct drive incorporado de 550w
	Posicionador de aguja
	Luz led original integrada
	Motor direct drive incorporado de 550w

Nota. Elaboración propia basada en investigación de campo.

Tabla 44 *Máquina Ojal plano*

Cantidad	1
Marca y modelo	JACK JK-783
Precio	\$7.800.000
Características técnicas 	Ojal plano
	Tipo de aguja: Cubo grueso 135X5
	Panel externo lateral.
	Posicionador de aguja
	Luz led original integrada
	Motor direct drive incorporado

Nota. Elaboración propia basada en investigación de campo.

Tabla 45 *Máquina Pegado de botón*

Cantidad	1
Marca y modelo	JACK JK-T1377-E
Precio	4.700.000
Características técnicas 	Pegado de botón
	Tipo de aguja: 175X1
	Panel Externo Lateral
	Posicionador de aguja
	Luz led original integrada
	Motor direct drive incorporado


Nota. Elaboración propia basada en investigación de campo.

Tabla 46 *Planchado profesional*

Cantidad	2
Marca y modelo	SILVER STAR ES300
Precio	650.000
Características técnicas 	Función: Planchado profesional
	Dial variador de temperatura
	Potencia: 1000W
	Botón Vaporizador

Nota. Elaboración propia basada en investigación de campo.

Tabla 47 *Máquina Cortadora*

Cantidad	1
Marca y modelo	JONTEX CZD-3 8 PULGADAS 550 WATTS
Precio	1.450.000
Características técnicas 	Función: Corte grande
	Cuchilla vertical tipo EASTMAN
	Potencia: 550W
	Afiladores automáticos por bandas
	Velocidad hasta 3400 rpm

Nota. Elaboración propia basada en investigación de campo.

5.8. PERSONAL DE LA EMPRESA

Para la confección y venta de pijamas para embarazadas y lactantes se requiere de mano de obra especializada, por lo cual el personal necesario para el correcto funcionamiento del proyecto es el siguiente:

Tabla 48 *Personal de la empresa*

Descripción	Cantidad
Gerente	1
Abogado Asesor	1
Recepcionista	1
Vendedor	1
Jefe de producción	1
Diseñador de moda	1
Patronista y cortador	1
Operarias	4
Total	11

Nota. Elaboración propia basada en investigación de campo.

5.9.MATERIAS PRIMAS Y SUMINISTROS

5.9.1. Materia Prima Directa

Para fabricar cada pijama (camisa y pantalón) se requiere de una cantidad de tela

establecida de acuerdo con la talla que puede variar entre los tamaños XS, S, M, L y XL. Las tablas a continuación detallan los metros necesarios por cada producto y su requerimiento mensual y anual. Cada elemento que compone una pijama es cuidadosamente seleccionado con los materiales que den resistencia y comodidad a la prenda en su confección final.

Tabla 49 *Cálculo de cantidad de tela de algodón*

MATERIA PRIMA DIRECTA						
Referencia	Prenda	Metros	Referencia	Unidades al mes	Cantidad de tela al mes (M)	Cantidad de tela al año (M)
Boréal y Lumier	Conjunto Blusa y Pantalón	2,8	Handel 4878	360	1008	13104
Nuage y Eclair	Manga Ranglan	0,72	Iberica 51362	216	155,52	2021,76
	Delantero Azul	1	Iberica 5151	216	216	2808
	Interno Blusa	0,5	Iberica 1062	216	108	1404
	Pantalón	1,3	Iberica- Klola Line	216	280,8	3650,4
Etoile Vert y Etoile Rosé	Blusa	1,5	Tobago 6015	104	156	2028
	Metidos	0,08	tobago 6015	104	8,32	108,16
	Pantalón	1,3	Tobago Witty	104	135,2	1757,6
	Rib	0,14	Tobago 6015	104	14,56	189,28

Nota. Elaboración propia basada en investigación de campo.

5.9.2. Materia Prima Indirecta

Son los materiales que forman parte de la prenda pero que no son tan visibles como los materiales directos.

Tabla 50 *Cálculo de cantidad de materia prima indirecta*

MATERIA PRIMA INDIRECTA						
Referencia	Prenda	Cantidad	Referencia	Unidades al mes	Cantidad al mes (M)	Cantidad al año (M)
Boréal y Lumier	Botón blusa	1	Ocasión Lila	360	360	4680
	Botón Pantalón L:24	2	Joy Rayas Lila	360	720	9360
	Elástico con Ojal	48 cm	Ojal 2 cm	360	17280	224640
	Elástico Liso	35 cm	2 cm	360	12600	163800
	Cinta	45 cm	Cabezada	360	16200	210600
	Marquilla	1	Au Dodo Morada	360	360	4680
	Tag	1	Au Dodo Morada	360	360	4680
	Gancho Metálico	1	Nodriza Pera	360	360	4680
Nuage y Eclair	Botón Pantalón L:24	2	Azul Lisboa	216	432	5616
	Elástico con Ojal	48 cm	Ojal 2 cm	216	48000	624000
	Elástico Liso	35 cm	2 cm	216	35000	455000
	Cinta	45 cm	Azul	216	45000	585000
	Marquilla	1	Au Dodo Morada	216	216	2808
	Tag	1	Au Dodo Morada	216	216	2808
	Gancho Metálico	1	Nodriza Pera	216	216	2808
	Botón Pantalón L:24	2	Verde	104	208	2704

Etoile Vert y Etoile Rosé	Broches Blusa	10	Escobillos verde	104	1040	13520
	Elástico con Ojal	48 cm	Ojal 2 cm	104	48000	624000
	Elástico Liso	35 cm	2 cm	104	35000	455000
	Cinta	45 cm	Verde	104	45000	585000
	Marquilla	1	Au Dodo Morada	104	104	1352
	Tag	1	Au Dodo Morada	104	104	1352
	Gancho Metálico	1	Nodriza Pera	104	104	1352

Nota. Elaboración propia basada en investigación de campo.

6. ASPECTOS ORGANIZACIONALES Y LEGALES

6.1. ANÁLISIS ESTRATÉGICO

6.1.1. Misión:

Proporcionar a las mujeres embarazadas prendas de dormir cómodas, funcionales y a la moda, que les permitan disfrutar plenamente de su período de gestación. Nos esforzamos por combinar diseño innovador, calidad y atención al cliente excepcional, brindando productos que celebren la belleza de la maternidad.

6.1.2. Visión:

Ser la marca líder en el mercado de pijamas para embarazadas, reconocida por ofrecer productos de alta calidad que fusionan comodidad y estilo. Aspiramos a ser una compañía innovadora que se adapte constantemente a las necesidades cambiantes de las mujeres embarazadas, construyendo una comunidad en la que se sientan apoyadas y empoderadas durante su viaje hacia la maternidad."


6.1.3. Objetivos Estratégicos:

- Establecer asociaciones con proveedores de telas de alta calidad.
- Crear contenido que destaque la importancia de la comodidad durante el embarazo.
- Establecer alianzas con tiendas de maternidad y plataformas de comercio electrónico.
- Garantizar una presencia efectiva en línea para llegar a un público más amplio.

- Ofrecer un servicio al cliente excepcional, brindando asesoramiento y apoyo a las mujeres embarazadas en la elección de pijamas adecuadas.
- Incorporar prácticas sostenibles en la producción y envasado de productos.
- Comunicar el compromiso de la empresa con la responsabilidad social y ambiental.


6.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL / PERFILES Y FUNCIONES

Tabla 51 *Manual de funciones del Gerente General*

 MANUAL DE FUNCIONES AU DODO	
NOMBRE DEL CARGO	Gerente General
DEPARTAMENTO	
NATURALEZA DEL CARGO	
Es el representante legal de la empresa, debe velar por el cumplimiento legal y cumplimiento de los objetivos de la empresa	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> • Supervisión general de todas las operaciones de la empresa. • Responsable de la dirección estratégica y toma de decisiones. • Diseñar las estrategias y objetivos para el crecimiento de la empresa 	

Nota. Elaboración propia


Tabla 52 *Manual de funciones del Abogado*

 MANUAL DE FUNCIONES AU DODO	
NOMBRE DEL CARGO	Abogado
DEPARTAMENTO	
NATURALEZA DEL CARGO	
Proporcionar asesoramiento y orientación jurídica en la empresa	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> • Asesorar al gerente en la toma de decisiones en aspectos jurídicos. • Supervisar y analizar contratos con proveedores • Representar a la empresa en asuntos judiciales • Desarrollar la política de empresa y posicionarse en cuestiones jurídicas 	
REQUISITOS DEL CARGO	
FORMACION	Profesional en derecho

EXPERIENCIA	Mínimo un año en derecho corporativo con licencia vigente para ejercer la abogacía
COMPETENCIAS	Competencias administrativas y directivas Excelentes habilidades de comunicación y negociación


Nota. Elaboración propia

Tabla 53 Manual de funciones del Diseñador

 MANUAL DE FUNCIONES AU DODO	
NOMBRE DEL CARGO	DISEÑADOR
DEPARTAMENTO	DISEÑO
NATURALEZA DEL CARGO	
Realizar el proceso de diseño de acuerdo a las decisiones del gerente, teniendo en cuenta las tendencias de moda y altos niveles de creatividad	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar pijamas que se ajusten a la necesidad de mujeres en embarazo • Crear y transmitir ideas a través de bocetos para ser presentados al gerente • Definir las especificaciones técnicas de las pijamas teniendo en cuenta los conocimientos en telas, colores formas y patrones 	
REQUISITOS DEL CARGO	
FORMACION	Profesional en diseño de modas
EXPERIENCIA	Mínimo un año en la creación de diseños de prendas de vestir
COMPETENCIAS	Habilidades artísticas y creativas Tener conocimiento en texturas, patronos, colores y telas Conocimiento en software de diseño

Nota. Elaboración propia


Tabla 54 Manual de funciones del jefe de producción

 MANUAL DE FUNCIONES AU DODO	
NOMBRE DEL CARGO	JEFE DE PRODUCCION
DEPARTAMENTO	PRODUCCION
NATURALEZA DEL CARGO	
Planificar, organizar, dirigir, controlar y evaluar todo el proceso productivo para garantizar la eficiencia, eficacia y calidad tanto en la producción como en el mantenimiento de maquinaria y equipos.	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar informes sobre los insumos que ingresan a la planta para su transformación. • Coordinar el equipo de trabajo para tener producción con altos niveles de eficiencia • Realizar análisis para mejoras en la producción y de los estándares de calidad 	
REQUISITOS DEL CARGO	
FORMACION	Profesionales en Ingeniería Industrial, de Producción, Química y/o Textil.

EXPERIENCIA	Mínima de 5 años liderando plantas textiles, Tejeduría y afines.
COMPETENCIAS	Amplios Conocimientos en Procesos químicos, manejo de tintorería y acabados, procesos de Tejeduría Habilidades de liderazgo, comunicación y creatividad

Nota. Elaboración propia

Tabla 55 Manual de funciones de Operarios

 MANUAL DE FUNCIONES AU DODO	
NOMBRE DEL CARGO	Operarios
DEPARTAMENTO	PRODUCCION
NATURALEZA DEL CARGO	
Planificar, implementar, mantener y controlar el proceso de control de calidad de cada pijama fabricada, colaborando en todas las actividades del proceso productivo asignadas por el jefe inmediato, incluyendo la confección	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> • Ordenar y almacenar las materias primas que llegan al proceso de producción • Usar los materiales apropiados para confeccionar las pijamas. • Revisar cada una de las prendas terminadas •Empacar adecuadamente cada pijama en su respectiva bolsa • Realizar el mantenimiento de las máquinas y utensilios utilizados •Verificar que se cumplan en cada prenda las especificaciones solicitadas en la misma 	
REQUISITOS DEL CARGO	
FORMACION	Bachiller, tecnico o tecnologo en areas afines
EXPERIENCIA	Mínimo 6 meses de experiencia en cualquier tipo de confección
COMPETENCIAS	Trabajo en equipo, comunicación asertiva, aceptación al cambio.

Nota. Elaboración propia

Tabla 56 Manual de funciones de vendedores

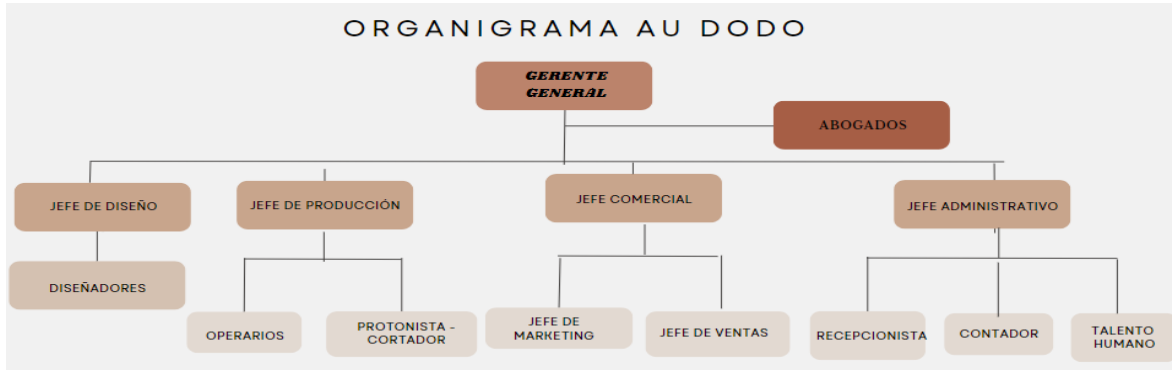
 MANUAL DE FUNCIONES AU DODO	
NOMBRE DEL CARGO	VENDEDORES
DEPARTAMENTO	COMERCIAL
NATURALEZA DEL CARGO	
Mantener relaciones sólidas con los clientes mediante un servicio atento y personalizado, así como de promover activamente el producto en el punto de venta	
FUNCIONES DEL CARGO	
<ul style="list-style-type: none"> • Brindar asesoría a los clientes sobre la calidad y la necesidad de los productos que se ofrecen. • Realizar el inventario • Cumplir las metas de ventas propuestas 	
REQUISITOS DEL CARGO	
FORMACION	Bachiller, técnico o tecnólogo en áreas afines

EXPERIENCIA	Mínimo de 6 meses de experiencia en cargos similares en el sector textil.
COMPETENCIAS	Comunicación asertiva, habilidades en atención y servicio al cliente

Nota. Elaboración propia

6.3. ORGANIGRAMA

Ilustración 37 Organigrama Au Dodo



Nota. Creación propia

6.4. FACTORES CLAVE DE LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

- Conocimiento del mercado: Contar con personal que entienda las tendencias del mercado de la moda y el comportamiento del consumidor, para poder diseñar pijamas que se ajusten a las demandas y expectativas del público objetivo.
- Producción y fabricación: Contratar a personas en la gestión de la cadena de suministro y producción de textiles para garantizar una fabricación eficiente de las pijamas.
- Venta y marketing: Contar con profesionales en marketing y ventas que puedan desarrollar estrategias efectivas para promocionar las pijamas y llegar a los clientes potenciales a través de canales adecuados, como tiendas físicas, comercio electrónico o redes sociales.
- Atención al cliente: Emplear personal capacitado en servicio al cliente para brindar una experiencia positiva a los compradores y manejar cualquier problema de manera eficiente.

6.5. ASPECTOS LEGALES Y TIPO DE SOCIEDAD

Au Dodo es una Empresa Unipersonal. En Colombia, una empresa unipersonal sólo es válida si la persona física se acredita como empresario mediante escritura o documento privado presentado ante la cámara de comercio o ante notario, con reconocimiento de la firma y el contenido del documento

Registro Mercantil: Se debe registrar la empresa en la Cámara de Comercio local. Este registro incluirá información sobre la empresa, como el nombre, la dirección, la actividad económica, entre otros.

RUT (Registro Único Tributario): Después de registrar la empresa en la Cámara de Comercio, se debe obtener un RUT, que es un registro ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).

Licencias y permisos: Según la Resolución 5109 de 2005 del Ministerio de la Protección Social, se debe realizar el Registro ante la Secretaría de Salud dado que está vendiendo productos textiles y así garantizar que los productos cumplan con los estándares de salud y seguridad.

Normativas de Calidad y Seguridad: Se debe cumplir con las normativas técnicas colombianas para textiles, como las establecidas por el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC), como la Norma Técnica Colombiana (NTC) 1412, que establece los requisitos de seguridad y calidad para prendas de vestir. La norma NTC 2412 establece los requisitos generales para la confección de prendas de vestir, incluyendo criterios de diseño, dimensiones, acabados, tolerancias y requisitos de etiquetado. Norma NTC 4146; establece los requisitos de seguridad y calidad para las telas de algodón, incluyendo aspectos como la composición, resistencia a la tensión, solidez del color, entre otros.

Normativas laborales: De acuerdo con el Código Sustantivo de Trabajo, al iniciar un contrato se debe tener en cuenta aspectos como el salario, las prestaciones sociales, la jornada laboral, las

vacaciones, la terminación del contrato, entre otros. Se debe tener reglamentada la Ley 100 de 1993, esta es una de las leyes más importantes en materia de seguridad social en Colombia.

Establece el Sistema General de Seguridad Social Integral, que incluye los regímenes de salud, pensiones y riesgos laborales

7. ESTUDIO FINANCIERO

Se realiza un análisis de los activos fijos, diferidos y capital de trabajo con sus respectivas depreciaciones, amortizaciones y proyecciones que la empresa necesita para poner en marcha sus actividades y mantenerse durante de los primeros 5 años de vida del proyecto.

7.1. ACTIVOS FIJOS

Los activos fijos son los bienes tangibles que se utilizarán para el proceso productivo, administrativo y de ventas de la empresa.

7.1.1. Maquinaria: Corresponde a toda la tecnología necesaria para fabricar las pijamas.

Tabla 57. *Maquinaria utilizada en Au Dodo*

Maquinaria y Equipo					
Detalle	Marca	Referencia	Cantidad	Precio Unitario	Total
Maquina Plana	Brother	S6280A	2	\$3.600.000	\$7.200.000
Fileteadora	Jack	E3-5	2	\$2.300.000	\$4.600.000
Collarin	Jack	W4	2	\$3.060.000	\$6.120.000
Ojaladora y Botonadora	Jack	JK-783	1	\$7.800.000	\$7.800.000
Botonadora	Jack	JK-T1377-E	1	\$4.700.000	\$4.700.000
Plancha Industrial	Silver Star	ES3000	2	\$650.000	\$1.300.000
Cortadora	Jontex	CZD-3	1	\$1.450.000	\$1.450.000
TOTAL					\$33.170.000

Nota. *Máquina de Pespunte Recto Cortahilos Brother S-6280A-81, s. f.*

Depreciación de maquinaria y equipo

Se realizó a través del método de línea recta, tomando en cuenta una vida útil de 10 años

y una depreciación del 10% anual. El tratamiento del valor residual en la depreciación será la venta de la maquinaria al final de la vida útil mencionada anteriormente.

Para calcular la depreciación anual el valor del bien se resta a la multiplicación del bien por el porcentaje de depreciación de este y el resultado total dividido para los años de vida útil ($\$33.170.000 - (\$33.170.000 * 10\%) / 10$), consiguiendo así una depreciación anual de $\$2.985.300$ COP.

Tabla 58. *Depreciación de maquinaria y equipo*

Años	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0			\$ 33.170.000
1	\$ 2.985.300	\$ 2.985.300	\$ 30.184.700
2	\$ 2.985.300	\$ 5.970.600	\$ 27.199.400
3	\$ 2.985.300	\$ 8.955.900	\$ 24.214.100
4	\$ 2.985.300	\$ 11.941.200	\$ 21.228.800
5	\$ 2.985.300	\$ 14.926.500	\$ 18.243.500
6	\$ 2.985.300	\$ 17.911.800	\$ 15.258.200
7	\$ 2.985.300	\$ 20.897.100	\$ 12.272.900
8	\$ 2.985.300	\$ 23.882.400	\$ 9.287.600
9	\$ 2.985.300	\$ 26.867.700	\$ 6.302.300
10	\$ 2.985.300	\$ 29.853.000	\$ 3.317.000

Nota. Elaboración propia basada en la tabla 57

7.1.2. Herramientas: Son los materiales que poseen cierto nivel de tecnología y que se usan para la fabricación de las pijamas.

Tabla 59 *Herramientas de la empresa*

Herramientas y utensilios de la empresa				
Detalle	Unidad de Medida	Cantidad	Precio Unitario	Total
Departamento de Diseño				
Computador	Unidad	2	\$2.000.000	\$4.000.000
Impresora	Unidad	1	\$1.000.000	\$1.000.000
Plotter	Unidade	1	\$12.600.000	\$12.600.000
Metro	Unidad	1	\$2.500	\$2.500
Juego de Reglas	Paquete	1	\$80.000	\$80.000
Producción				
Hilos				

Tijeras de Papel	Unidad	1	\$6.500	\$6.500
Tijeras de Tela	Unidade	1	\$90.000	\$90.000
Maniquis	Unidad	1	\$330.000	330000
Alfileres	Unidad (Paquete X80)	240	\$4.500	\$13.500
Agujas de maquina	Unidad (Paquete X50)	200	\$34.000	\$136.000
Corta Hilazas	Unidad (Paquete X5)	20	\$6.500	\$26.000
Nodrizas	Caja X1000	1000	\$33.500	
TOTAL				\$18.284.500

Nota. Elaboración propia

Depreciación de herramientas

Tabla 60 Depreciación de herramientas de producción

Años	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0			\$ 18.284.500
1	\$ 1.645.605	\$ 1.645.605	\$ 16.638.895
2	\$ 1.645.605	\$ 3.291.210	\$ 14.993.290
3	\$ 1.645.605	\$ 4.936.815	\$ 13.347.685
4	\$ 1.645.605	\$ 6.582.420	\$ 11.702.080
5	\$ 1.645.605	\$ 8.228.025	\$ 10.056.475
6	\$ 1.645.605	\$ 9.873.630	\$ 8.410.870
7	\$ 1.645.605	\$ 11.519.235	\$ 6.765.265
8	\$ 1.645.605	\$ 13.164.840	\$ 5.119.660
9	\$ 1.645.605	\$ 14.810.445	\$ 3.474.055
10	\$ 1.645.605	\$ 16.456.050	\$ 1.828.450

Nota. Elaboración propia basada en la tabla 59

7.1.3. Mobiliario: Está compuesto de los muebles y enseres que usará Au Dodo en sus departamentos administrativo, ventas y de producción.

Tabla 61 Muebles y enseres de la empresa

Producto	Referencia	Marca	Cantidad	Precio unitario	Total
Area Administrativa					
Mesa Gerencia	REF: 6400000	Tugó	1	\$349.957	\$349.957
Silla Gerencia	Silla Giratoria Danielle Negro/Gris	Tugó	1	\$399.990	\$399.990
Sillas auxiliares Gerencia	REF: 100164, Poltrona Vintage	Tugó	2	\$399.990	\$799.980
Mesa Cocina 4 puestos	Vangsta / Adde	Ikea	1	\$789.950	\$789.950
Mueble Cocina 150cm Sin Meson 5 Puertas 1 Cajón	Código 614255	Homecenter	1	\$949.900	\$949.900
Counter		Tugó	1	\$900.000	\$900.000
Silla Counter	Silla Giratoria Danielle Negro/Gris	Tugó	1	\$399.990	\$399.990

Sofa	Linanäs	Ikea	1	\$1.500.000	\$1.500.000
Total area administrativa					\$6.089.767
Punto de ventas					
Counter			1	\$1.500.000	\$1.500.000
Silla cromada	España		1	\$293.930	\$293.930
Escritorio En L	Tiny		1	\$339.900	\$339.900
Percheros			4	\$320.000	\$1.280.000
Espejos			4	\$150.000	\$600.000
Muebles sala	Linanäs		1	\$3.500.000	\$3.500.000
Alfombra			2	\$150.000	\$300.000
Total punto de venta					\$7.813.830
Area de producción					
Escritorios de Trabajo	Lagkapten/Alex	Ikea	2	\$919.960	\$1.839.920
Sillas para escritorio de trabajo	Silla Giratoria Worker Gris	Tugó	2	\$699.914	\$1.399.828
Rack	Mulig	Ikea	2	\$99.980	\$199.960
Mesa de Corte		Homecenter	1	\$3.500.000	\$3.500.000
Sillas para operarias	Loberget / Malskär	Ikea	8	\$1.767.920	\$14.143.360
Mesa para empaque		Homecenter	2	\$1.200.000	\$2.400.000
Estantería Metal/Madera 180x120x50 cm	Código 492525	Homecenter	2	\$619.800	\$1.239.600
Locker 6 Puetos	Código 215108	Homecenter	1	\$929.900	\$929.900
Total, area Producción					\$25.652.568
TOTAL					\$39.556.165

Nota. Elaboración propia basada en datos descargados de la página de Homecenter

Depreciación de mobiliario

El tratamiento del valor residual en la depreciación será la venta del mobiliario al final de la vida útil de 10 años.

xTabla 62 Depreciación de muebles y enseres

Años	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0			\$ 39.556.165
1	\$ 3.560.055	\$ 3.560.055	\$ 35.996.110
2	\$ 3.560.055	\$ 7.120.110	\$ 32.436.055
3	\$ 3.560.055	\$ 10.680.165	\$ 28.876.000
4	\$ 3.560.055	\$ 14.240.219	\$ 25.315.946
5	\$ 3.560.055	\$ 17.800.274	\$ 21.755.891
6	\$ 3.560.055	\$ 21.360.329	\$ 18.195.836
7	\$ 3.560.055	\$ 24.920.384	\$ 14.635.781
8	\$ 3.560.055	\$ 28.480.439	\$ 11.075.726
9	\$ 3.560.055	\$ 32.040.494	\$ 7.515.671
10	\$ 3.560.055	\$ 35.600.549	\$ 3.955.616

Nota. Elaboración propia basada en la tabla 61.

Resumen del presupuesto de activos fijos

El valor total de los activos fijos que deberá disponer Au Dodo para su correcto funcionamiento es de \$91.010.665.

Tabla 63 *Resumen de los activos fijos*

Detalle	Valor
Maquinaria	\$ 33.170.000
Herramientas	\$ 18.284.500
Mobiliario	\$ 39.556.165
Total	\$ 91.010.665

Nota. Elaboración propia basada en las tablas 57, 59 y 61.

7.2. ACTIVOS DIFERIDOS

Los activos diferidos son aquellos estudios y demás papeleo que se realizará para que la empresa inicie sus actividades sin ningún inconveniente. Se incluyen gastos de instalación que se realizan en la puesta en marcha; el taller y el punto de venta

Tabla 64 *Activos diferidos*

Detalle	Cantidad Total
Tarifa de consultoría	\$ 4.000.000
matrícula mercantil	\$ 1.950.000
Trámite de Bomberos	\$ 300.000
Costo de la estructura legal	\$ 100.000
Costo de los certificados de inscripción	\$ 230.000
Publicidad pagada por adelantado	\$ 1.500.000
Costo de los impuestos	\$ 250.000
Prima de seguro	\$ 350.000
Gastos de investigación y desarrollo	\$ 2.500.000
Licencias y patentes	\$ 1.200.000
Gastos de instalación y puesta en marcha	\$ 4.500.000
Total	\$ 16.880.000

Nota. Elaboración propia basada en la información de la Cámara de comercio de Bogotá

(Jaramillo & Jaramillo, 2023b) (Corvo, 2024)

Amortización de los activos diferidos

Se considera la amortización de activos diferidos; este rubro no significa egreso de

dinero en efectivo, sino que se liquida año a año de acuerdo con lo que establece el proyecto que es de 5 años.

Tabla 65 Amortización de los activos diferidos

Años	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0			\$ 16.880.000
1	\$ 1.519.200	\$ 1.519.200	\$ 15.360.800
2	\$ 1.519.200	\$ 3.038.400	\$ 13.841.600
3	\$ 1.519.200	\$ 4.557.600	\$ 12.322.400
4	\$ 1.519.200	\$ 6.076.800	\$ 10.803.200
5	\$ 1.519.200	\$ 7.596.000	\$ 9.284.000
6	\$ 1.519.200	\$ 9.115.200	\$ 7.764.800
7	\$ 1.519.200	\$ 10.634.400	\$ 6.245.600
8	\$ 1.519.200	\$ 12.153.600	\$ 4.726.400
9	\$ 1.519.200	\$ 13.672.800	\$ 3.207.200
10	\$ 1.519.200	\$ 15.192.000	\$ 1.688.000

Nota. Elaboración propia basada en la tabla 64

7.3. CAPITAL DE TRABAJO

Son todos los recursos necesarios que hacen posible las operaciones del negocio.

Constan de la materia prima directa e indirecta, la mano de obra directa e indirecta.

7.3.1. Materia Prima Directa: Son todos los insumos necesarios que se usan durante el proceso de confección de las pijamas. El monto total al año de la materia prima directa es de \$ 393.842.800 COP.

Tabla 66 Presupuesto de materia prima directa

MATERIA PRIMA DIRECTA							
Referencia	Prenda	Metros	Referencia	Unidades al mes	Precio Unitario	Total mensual	Total anual
Boréal y Lumier	Conjunto Blusa y Pantalón	2,8	Handel 4878	360	\$ 18.200	\$ 18.345.600	\$ 238.492.800
Nuage y Eclair	Manga Ranglan	0,72	Iberica 51362	216	\$ 9.000	\$ 1.944.000	\$ 25.272.000
	Delantero Azul	1	Iberica 5151	216	\$ 9.400	\$ 2.030.400	\$ 26.395.200
	Interno Blusa	0,5	Iberica 1062	216	\$ 8.350	\$ 1.803.600	\$ 23.446.800
	Pantalón	1,3	Iberica- Klola Line	216	\$ 10.350	\$ 2.235.600	\$ 29.062.800
Etoile Vert y Etoile Rosé	Blusa	1,5	Tobago 6015	104	\$ 9.050	\$ 941.200	\$ 12.235.600
	Metidos	0,08	tobago 6015	104	\$ 9.050	\$ 941.200	\$ 12.235.600
	Pantalon	1,3	Tobago Witty	104	\$ 10.700	\$ 1.112.800	\$ 14.466.400

	Rib	0,14	Tobago 6015	104	\$ 9.050	\$ 941.200	\$ 12.235.600
TOTAL						\$ 30.295.600	\$ 393.842.800

Nota. Elaboracion propia basada en la información suministrada por Au Dodo

7.3.2. Materia Prima Indirecta: Son materiales de las pijamas que forman parte del proceso de confección pero que no se descubren a simple vista en el producto final. En la tabla a continuación se muestran los insumos, la cantidad que se utiliza para la producción mensual, el precio unitario y el costo total anual. El monto total de la materia prima indirecta es de \$ \$18.574.691 COP.

Tabla 67 Presupuesto de materia prima indirecta

MATERIA PRIMA INDIRECTA							
Referencia	Prenda	Cantidad	Referencia	Unidades al mes	Precio Unitario	Total mensual	Total anual
Boréal y Lumier	Boton blusa	1	Ocasión Lila	360	\$ 108	\$ 38.880	\$ 505.440
	Boton Pantalón L:24	2	Joy Rayas Lila	360	\$ 208	\$ 149.760	\$ 1.946.880
	Elástico con Ojal	0,48	Ojal 2 cm	360	\$ 121	\$ 20.909	\$ 271.814
	Elástico Liso	0,35	2 cm	360	\$ 77	\$ 9.702	\$ 126.126
	Cinta	0,45	Cabezada	360	\$ 297	\$ 48.114	\$ 625.482
	Marquilla	1	Au Dodo Morada	360	\$ 350	\$ 126.000	\$ 1.638.000
	Tag	1	Au Dodo Morada	360	\$ 785	\$ 282.600	\$ 3.673.800
	Gancho Metálico	1	Nodriza Pera	360	\$ 34	\$ 12.240	\$ 159.120
Nuage y Eclair	Botón Pantalón L:24	2	Azul Lisboa	216	\$ 208	\$ 89.856	\$ 1.168.128
	Elástico con Ojal	0,48	Ojal 2 cm	216	\$ 121	\$ 12.545	\$ 163.089
	Elástico Liso	0,35	2 cm	216	\$ 77	\$ 5.821	\$ 75.676
	Cinta	0,45	Azul	216	\$ 132	\$ 12.830	\$ 166.795
	Marquilla	1	Au Dodo Morada	216	\$ 350	\$ 75.600	\$ 982.800
	Tag	1	Au Dodo Morada	216	\$ 785	\$ 169.560	\$ 2.204.280
	Gancho Metálico	1	Nodriza Pera	216	\$ 34	\$ 7.344	\$ 95.472
Etoile Vert y Etoile Rosé	Botón Pantalón L:24	2	Verde	104	\$ 208	\$ 43.264	\$ 562.432
	Broches Blusa	10	Escobillos verde	104	\$ 180	\$ 187.200	\$ 2.433.600
	Elástico con Ojal	0,48	Ojal 2 cm	104	\$ 121	\$ 6.040	\$ 78.524
	Elástico Liso	0,35	2 cm	104	\$ 77	\$ 2.803	\$ 36.436
	Cinta	0,45	Verde	104	\$ 132	\$ 6.178	\$ 80.309
	Marquilla	1	Au Dodo Morada	104	\$ 350	\$ 36.400	\$ 473.200
	Tag	1	Au Dodo Morada	104	\$ 785	\$ 81.640	\$ 1.061.320
	Gancho Metálico	1	Nodriza Pera	104	\$ 34	\$ 3.536	\$ 45.968
TOTAL						\$ 1.428.822	\$18.574.691

Nota. Elaboración propia basada en la información de Au Dodo

7.3.3. Mano de Obra Directa: Son los empleados que actúan de forma directa en el proceso de confección de las pijamas y por lo tanto representan un costo para la empresa por las actividades que realizan, es decir las operarias, el jefe de producción (inspecciona), el diseñador de moda y el patronista y cortador.

Tabla 68 Rol de pagos de la mano de obra directa

JEFE DE PRODUCCIÓN - SALARIO \$2.500.000		PATRONISTA/CORTADOR - SALARIO 1.800.000	
IBC parafiscales - IBC Seguridad Social	\$2.500.000	IBC parafiscales - IBC Seguridad Social	\$1.800.000
Salud Obligatoria - 12.5%	\$212.500	Salud Obligatoria - 12.5%	\$153.000
Pensión Obligatoria - 16%	\$300.000	Pensión Obligatoria - 16%	\$216.000
ARL(Administradora Riesgos Laborales)	\$13.050	ARL(Administradora Riesgos Laborales)	\$9.396
Caja de compensación familiar - 4%	\$100.000	Caja de compensación familiar - 4%	\$72.000
Subsidio de transporte	\$162.000	Subsidio de transporte	\$162.000
Vacaciones	\$104.167	Vacaciones	\$75.000
Prima de Servicios	\$221.833	Prima de Servicios	\$163.500
Cesantías	\$221.833	cesantías	\$163.500
Intereses de cesantías	\$26.620	Intereses de cesantías	\$19.620
TOTAL	\$3.862.003	TOTAL	\$2.834.016
OPERARIAS - SALARIO: \$1.300.000		DISEÑADOR DE MODA - SALARIO 1.800.000	
IBC parafiscales - IBC Seguridad Social	\$ 1.300.000	IBC parafiscales - IBC Seguridad Social	\$1.800.000
Salud Obligatoria - 12.5%	\$ 110.500	Salud Obligatoria - 12.5%	\$153.000
Pensión Obligatoria - 16%	\$ 156.000	Pensión Obligatoria - 16%	\$216.000
ARL(Administradora Riesgos Laborales)	\$ 6.786	ARL(Administradora Riesgos Laborales)	\$9.396
Caja de compensación familiar - 4%	\$ 52.000	Caja de compensación familiar - 4%	\$72.000
Subsidio de transporte	\$ 162.000	Subsidio de transporte	\$162.000
Vacaciones	\$ 54.167	Vacaciones	\$75.000
Prima de Servicios	\$ 121.833	Prima de Servicios	\$163.500
Cesantías	\$ 121.833	cesantías	\$163.500
Intereses de cesantías	\$ 14.620	Intereses de cesantías	\$19.620
COSTO MENSUAL REAL	\$2.099.739	TOTAL	\$2.834.016

TOTAL MANO OBRA DIRECTA \$11.629.774

Nota. Elaboración propia basada en investigación de campo

7.3.4. Mano de Obra Indirecta: Es personal que no es esencial para que se logre el producto terminado de cada pijama. Se encuentra en este apartado el ejecutivo de ventas, el asesor jurídico, la asistente de gerencia y el gerente de la empresa.

Tabla 69 Rol de pagos de la mano de obra indirecta

EJECUTIVO DE VENTAS - SALARIO \$1.300.000		GERENTE - SALARIO: \$3.000.000	
IBC parafiscales - IBC Seguridad Social	\$ 1.300.000	IBC parafiscales - IBC Seguridad Social	\$3.000.000
Salud Obligatoria - 12.5%	\$ 110.500	Salud Obligatoria - 12.5%	\$187.000
Pensión Obligatoria - 16%	\$ 156.000	Pensión Obligatoria - 16%	\$264.000
ARL (Administradora Riesgos Laborales)	\$ 6.786	ARL (Administradora Riesgos Laborales)	\$11.484
Caja de compensación familiar - 4%	\$ 52.000	Caja de compensación familiar - 4%	\$88.000
Subsidio de transporte	\$ 162.000	Subsidio de transporte	\$162.000
Vacaciones	\$ 54.167	Vacaciones	\$91.667
Prima de Servicios	\$ 121.833	Prima de Servicios	\$196.833
Cesantías	\$ 121.833	cesantías	\$196.833
Intereses de cesantías	\$ 14.620	Intereses de cesantías	\$23.620
TOTAL	\$2.099.739	TOTAL	\$4.221.437

ASESOR JURIDICO - SALARIO		ASISTENTE DE GERENCIA - SALARIO: \$1.300.000	
IBC parafiscales - IBC Seguridad Social	\$ 1.300.000	IBC parafiscales - IBC Seguridad Social	\$ 1.300.000
Salud Obligatoria - 12.5%	\$ 110.500	Salud Obligatoria - 12.5%	\$ 110.500
Pensión Obligatoria - 16%	\$ 156.000	Pensión Obligatoria - 16%	\$ 156.000
ARL (Administradora Riesgos Laborales)	\$ 6.786	ARL (Administradora Riesgos Laborales)	\$ 6.786
Caja de compensación familiar - 4%	\$ 52.000	Caja de compensación familiar - 4%	\$ 52.000
Subsidio de transporte	\$ 162.000	Subsidio de transporte	\$ 162.000
Vacaciones	\$ 54.167	Vacaciones	\$ 54.167
Prima de Servicios	\$ 121.833	Prima de Servicios	\$ 121.833
Cesantías	\$ 121.833	cesantías	\$ 121.833
Intereses de cesantías	\$ 14.620	Intereses de cesantías	\$ 14.620
COSTO MENSUAL REAL	\$2.099.739	TOTAL	\$2.099.739

Nota. Elaboración propia basada en investigación de campo

7.3.5. Servicios básicos: Son los servicios públicos de electricidad, agua, gas, telefónico e internet que son indispensables para el correcto funcionamiento de la empresa.

Tabla 70 Presupuesto de servicios básicos de la empresa

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Total mensual
Area administrativa			
Electricidad (kWh)	40	\$ 1073,00	\$ 42920
Servicio telefónico e internet	1	\$ 150000,00	\$ 150000
Agua (m3)	15	\$ 3380,40	\$ 50706
Total			\$ 243626
Area de producción			
Servicio gas	20	2543	\$ 50860
Electricidad (kWh)	300	\$ 1073,00	\$ 321900
Agua (m3)	40	\$ 3380,40	\$ 135216
Total			\$ 507976
Punto de ventas			
Electricidad (kWh)	50	\$ 1073,00	\$ 53650
Agua (m3)	15	\$ 3380,40	\$ 50706
Total			\$ 104356
Total al mes			\$ 855958
Total al año			\$ 10271496

Nota. Elaboración propia basada en investigación de campo

7.3.6. Arriendos: Para el taller se manejará en el año inicial un alquiler de \$5.500.000 en la localidad de Usaquen, barrio toberín. En cuanto al punto de venta, el arriendo será de \$8.500.000 para el primer año en el centro comercial Hacienda Santa Bárbara.

7.3.7. Suministros de oficina: Consta de la papelería y artículos de oficina para actividades diarias dentro de los departamentos de producción, ventas y administrativo.

Tabla 71 Presupuesto de suministros de oficina de la empresa

Producto	Cantidad Mensual	Valor Unitario	Valor Mensual	Lugar	Cantidad Anual	Total Anual
Departamento administrativo						
Resma Tamaño Carta - 500 hojas	2	\$17.900	\$35.800	Panamericana	4	\$143.200
Sobres de Manila - 25 Unidades	1	\$4.400	\$4.400	Panamericana	12	\$52.800
Pegastick - Paquete x2	1	\$17.200	\$17.200	Panamericana	4	\$68.800
Perforadora 2 Huecos	2	\$19.700	\$39.400	Panamericana	1	\$39.400
Grapadora - Cosedora	2	\$15.800	\$31.600	Panamericana	1	\$31.600
Tijeras de papel	4	\$7.900	\$31.600	Panamericana	2	\$63.200
TOTAL Gerencial			\$160.000			\$399.000
Departamento de ventas						
Kit Sellos Fechador + Almohadilla	1	\$26.900	\$26.900	Panamericana	1	\$26.900
Esferos Kilométrico - Paquete X15	1	\$19.600	\$19.600	Panamericana	4	\$78.400
Calculadora	2	\$45.900	\$91.800	Panamericana	2	\$183.600
A-Z	3	\$7.950	\$23.850	Panamericana	5	\$119.250
Carpetas Legajadoras	2	\$11.100	\$22.200	Panamericana	4	\$88.800
TOTAL Area ventas			\$184.350			\$496.950
Departamento de producción						
Cinta pegante	2	\$16.900	\$33.800	Panamericana	12	\$405.600
Borrador	3	\$10.300	\$30.900	Panamericana	4	\$123.600
Portaminas	4	\$15.600	\$62.400	Panamericana	12	\$748.800
Resaltadores de gel - PaqueteX6	1	\$19.900	\$19.900	Panamericana	2	\$39.800
Ganchos de Ropa - PaqueteX6	2	\$24.900	\$49.800	Panamericana	3	\$149.400
Tabla legajadora Tamaño oficina	3	\$5.900	\$17.700	Panamericana	3	\$53.100
Kit de primeros auxilios	2	\$54.900	\$109.800	Homecenter	4	\$439.200
TOTAL Area Taller			\$324.300			\$1.959.500
TOTAL		\$342.750	\$1.013.000			\$2.855.450

Nota. Elaboración propia basada en investigación de campo

7.3.8. Indumentaria: Son los uniformes y carné que portan los empleados de la empresa.

Tabla 72. Presupuesto indumentaria

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Total mensual	Cantidad anual	Total anual
Personal administrativo					
Camisa Au Dodo uniforme	2	80000	160000	2	320000
Carnet	2	35000	70000	1	70000
Total indumentaria administrativa			230000		390000
Personal de ventas					
Camisa Au Dodo ventas	2	100000	200000	2	400000
Carnet	2	35000	70000	1	70000

Total indumentaria ventas			270000		470000
Personal de producción					
Camisa Au Dodo operaciones	2	90000	180000	2	360000
World Medic's - Batas en algodón	2	65000	130000	2	260000
Carnet	2	35000	70000	1	70000
Total indumentaria producción			380000		690000
Total			880000		1550000

Nota. Elaboración propia basada en investigación de campo

7.3.9. Útiles de limpieza: Son los elementos de aseo de las instalaciones de cada área de la empresa.

Tabla 73 Presupuesto de útiles de limpieza de la empresa

Producto	Cantidad Mensual	Valor Unitario	Valor Mensual	Lugar	Cantidad Anual	Total Anual
Area de producción						
Escoba	1	\$8.043	\$8.043	Jumbo	8	\$64.344
Recogedor	1	\$14.833	\$14.833	Jumbo	4	\$59.332
Trapero	1	\$16.093	\$16.093	Jumbo	8	\$128.744
Paño Limpion Rollo	1	\$16.023	\$16.023	Jumbo	3	\$48.069
Limpia vidrios	1	\$5.090	\$5.090	Jumbo	2	\$10.180
Canecas Reciclaje	2	49900	\$99.800	Homcenter	2	\$199.600
Limpia Pisos Fabuloso	1	\$25.683	\$25.683	Jumbo	12	\$308.196
TOTAL Area Taller			\$185.565			\$818.465
Area Administrativa						
Jabon Lava Loza - PaqueteX3	1	\$12.880	\$12.880	Jumbo	3	\$38.640
Esponjilla - PaqueteX4	1	\$4.893	\$4.893	Jumbo	3	\$14.679
Papel Higienico- PaqueteX12	2	\$14.990	\$29.980	Jumbo	24	\$719.520
TOTAL Gerencial			\$47.753			\$772.839
Punto de ventas						
Papelera	2	19900	\$39.800	Homecenter	10	\$398.000
Papel Higienico- PaqueteX12	2	\$14.990	\$29.980	Jumbo	24	\$719.520
Limpia Pisos Fabuloso	1	\$25.683	\$25.683	Jumbo	12	\$308.196
TOTAL, Area ventas			\$95.463			\$1.425.716
TOTAL			\$562.099			\$3.017.020

Nota. Elaboración propia basada en la página de mercadolibre

7.3.10. Publicidad y marketing: Son los servicios en que incurre la empresa para poder

mostrar y vender las pijamas de la forma más eficiente y poder así posicionarse en la mente de los consumidores.

Tabla 74 *Presupuesto de publicidad y marketing*

Producto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Cantidad Anual	Valor Anual
Tarjetas de Presentación	600	\$150	\$90.000	2	\$180.000
Marquillas Estampada	600	\$35	\$21.000	2	\$42.000
Etiqueta Tag Morado Maule	600	\$785	\$471.000	4	\$1.884.000
Cajas de Cartón con Logo Estampado	300	\$3.650	\$1.095.000	1	\$1.095.000
Papel Mantequilla con Logo	300	\$1.180	\$354.000	1	\$354.000
Stickers Logo	600	\$160	\$96.000	4	\$384.000
Flyers	600	\$135	\$81.000	4	\$324.000
Instagram Publicidad	1	\$150.000	\$150.000	1	\$150.000
Facebook	1	\$120.000	\$120.000	1	\$120.000
TOTAL			\$2.208.000		\$4.533.000

Nota. Elaboración propia basada en investigación de campo

7.3.11. Resumen del presupuesto de capital de trabajo

El valor total del capital de trabajo es de **\$72.513.907** COP.

Tabla 75. *Resumen del presupuesto de capital de trabajo*

Detalle	Valor
Materia Prima Directa	\$30.295.600
Materia Prima Indirecta	\$1.428.822
Mano de obra directa	\$11.629.774
Mano de obra indirecta	\$10.520.654
Arriendo de taller y local comercial	\$14.000.000
Servicios básicos	\$855.958
Suministros de oficina	\$1.013.000
Útiles de limpieza	\$562.099
Marketing	\$2.208.000
Total al mes	\$72.513.907

Nota. Elaboración propia basada en las Tablas N°66 – 74.

Resumen de inversión del proyecto

A continuación, se realiza un resumen de toda la inversión que se hará para llevar a cabo el proyecto, siendo la inversión total de \$ 180.404.572 COP.

Tabla 76 *Resumen de inversión del proyecto*

Detalle	Total
Activo Fijo	\$ 91.010.665
Capital de trabajo	\$ 72.513.907
Activo Diferido	\$ 16.880.000
Total	\$ 180.404.572

Nota. Elaboración propia basada en las Tablas N°63, 64 y 75

7.4. FINANCIAMIENTO

El monto total de la inversión será financiado de la siguiente forma: \$ 140.000.000 COP millones provenientes de la institución financiera BanColdex a una tasa de interés anual del 16.02%, con pagos mensuales durante los cinco años del proyecto.

En cuanto a los 40.404,572 COP restantes, serán financiados por el aporte igualitario de los socios de Au Dodo.

El detalle del esquema de pagos del crédito que se manejará con BanColdex se muestra en el anexo A.

7.5. COSTOS Y PRESUPUESTOS DE INGRESOS

7.5.1. Presupuesto del costo total de operaciones

La empresa Au Dodo se ha proyectado a 5 años en este estudio. Para ello es importante determinar dos factores muy importantes, como lo son la inflación (IPC) y el aumento salarial a través de los años 2025 (momento en que empezará a funcionar la empresa formalmente) hasta fin de 2029. En cuanto al IPC, se han analizado los últimos 5 años según el histórico de los boletines técnicos del DANE (De Estadística, s. f.), visualizando la proyección para los 5 años venideros:

Tabla 77 *Inflación proyectada 2024-2028*

Año	Inflación	Año	Inflación proyectada
2023	9,28%	2028	3%
2022	13,12%	2027	3,20%
2021	5,62%	2026	3,60%
2020	1,61%	2025	4,30%
2019	3,80%	2024	5,60%
Promedio	6,69%		3,94%

Nota. Elaboración propia basada en investigación de campo

Para este análisis se tomó el 3,5% de inflación pronosticado por Bancolombia (Bancolombia, 2024), así como la proyección que tiene el banco de la república del 3% a 2030.

En cuanto al aumento del salario mínimo que se quiere proyectar en los años estimados, se ha tenido en cuenta el histórico de los últimos 25 años. *(Histórico del Salario Mínimo En Colombia, s. f.)* y Banco de Bogotá (País, 2023). Se ha notado una tendencia comparada con el IPC (tomado desde el 2019) que el salario sube de 2 a 3 puntos porcentuales (a diferencia del 2022 que el gobierno Duque subió el salario 4,38 puntos arriba del IPC). Por lo tanto, al tener la inflación de la tabla anterior y el histórico de salarios de 2019 a 2024, el aumento salarial se proyecta del 2025 al 2029 de acuerdo con la siguiente tabla:

Tabla 78 Variación salario mínimo últimos 25 años

Variación Salario Mínimo		
Salario Mínimo 2024	1300000	12,07%
Salario Mínimo 2023	1160000	16,00%
Salario Mínimo 2022	1000000	10,07%
Salario Mínimo 2021	908526	3,50%
Salario Mínimo 2020	877803	6,00%
Salario Mínimo 2019	828116	6,00%
Salario Mínimo 2018	781242	5,90%
Salario Mínimo 2017	737717	7,00%
Salario Mínimo 2016	689455	7,00%
Salario Mínimo 2015	644350	4,60%

Salario Mínimo 2014	616000	4,50%
Salario Mínimo 2013	589500	4,02%
Salario Mínimo 2012	566700	5,81%
Salario Mínimo 2011	535600	4,00%
Salario Mínimo 2010	515000	3,64%
Salario Mínimo 2009	496900	7,67%
Salario Mínimo 2008	461500	6,41%
Salario Mínimo 2007	433700	6,30%
Salario Mínimo 2006	408000	6,95%
Salario Mínimo 2005	381500	6,56%
Salario Mínimo 2004	358000	7,83%
Salario Mínimo 2003	332000	7,44%
Salario Mínimo 2002	309000	8,04%
Salario Mínimo 2001	286000	9,96%
Salario Mínimo 2000	260100	
Promedio (2000-2024)		6,97%

Nota. Elaboración propia basada en investigación de campo

En los 25 años de aumento salarial ha tenido un valor similar a lo proyectado para los próximos 5 años, valor que coincide con los análisis del banco de Bogotá y por la tendencia de aumento de 2 a 3 puntos porcentuales respecto al IPC:

Tabla 79 *Proyección salario mínimo 2025-2029*

Variación Salario Mínimo		Variación IPC	
Salario mínimo 2029	1750000	5,42%	
Salario mínimo 2028	1660000	5,73%	3%
Salario mínimo 2027	1570000	4,67%	3,20%
Salario mínimo 2026	1500000	7,53%	3,60%
Salario mínimo 2025	1395000	7,31%	4,30%
Salario mínimo 2024	1300000	12,07%	5,60%
Promedio		7,12%	

Nota. Elaboración propia basada en investigación de campo

Para la remuneración a trabajadores y demás sueldos se utiliza el 7% de la tasa de sueldos, dicho promedio obtenido en la tabla de N°107; y para la proyección de los demás activos se tomó el

IPC.

A continuación, se detalla presupuesto general del costo total de operaciones y la de las pijamas Lumier (la más popular), las demás tablas de presupuestos del resto de pijamas se encuentran en el anexo B.

Tabla 80 *Presupuesto general del costo total de operaciones*

Rubros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de Producción					
Costos Primos					
Materia Prima Directa	\$393.842.800	\$415.897.997	\$433.781.611	\$449.397.749	\$463.778.477
Mano de Obra Directa	\$139.557.288	\$149.755.705	\$161.027.640	\$168.542.263	\$178.203.922
Total de Costos Primos	\$533.400.088	\$565.653.702	\$594.809.251	\$617.940.012	\$641.982.398
Gastos Indirectos De Fabricación					
Materia Prima Indirecta	\$18574691	\$19.614.874	\$20.458.313	\$21.194.813	\$21.873.047
Mano de obra Indirecta	\$126.247.848	\$135.473.652	\$145.670.594	\$152.468.555	\$161.208.791
Servicios básicos area producción	\$6.095.712	\$6.437.072	\$6.713.866	\$6.955.565	\$7.178.143
Suministros de oficina de producción	\$1959500	\$2.069.232	\$2.158.209	\$2.235.904	\$2.307.453
Indumentaria de producción	\$690000	\$728.640	\$759.972	\$787.330	\$812.525
Útiles de limpieza de producción	\$818465	\$864.299	\$901.464	\$933.917	\$963.802
Depreciación de maquinaria y equipo	\$2985300	\$2985300	\$2985300	\$2985300	\$2985300
Depreciación de herramientas y utensilios	\$1645605	\$1645605	\$1645605	\$1645605	\$1645605
Depreciación de muebles de producción	\$2308731	\$2308731	\$2308731	\$2308731	\$2308731
Depreciación de equipo de oficina de producción	\$176355	\$176355	\$176355	\$176355	\$176355
Total de Gastos Indirectos de Fabricación	\$161.502.207	\$172.303.760	\$183.778.409	\$191.692.076	\$201.459.752
Total del costo de producción	\$694.902.295	\$737.957.462	\$778.587.659	\$809.632.087	\$843.442.150
Costo Operacional					
Gastos de administración					
Arriendo de local	\$66.000.000	\$69.696.000	\$72.692.928	\$75.309.873	\$77.719.789
Servicios básicos de area administrativa	\$2923512	\$3.087.229	\$3.219.980	\$3.335.899	\$3.442.648
Suministros de oficina de administración	\$399000	\$421.344	\$439.462	\$455.282	\$469.851
Indumentaria para el personal administración	\$390000	\$411.840	\$429.549	\$445.013	\$459.253
Útiles de limpieza de administración	\$772839	\$816.118	\$851.211	\$881.855	\$910.074
Depreciación de muebles area administrativa	\$548079	\$548079	\$548079	\$548079	\$548079
Depreciación de equipo de oficina administrativos	\$35910	\$35910	\$35910	\$35910	\$35910
Amortización de activos diferidos	\$1519200	\$1519200	\$1519200	\$1519200	\$1519200
Total de Gastos de Administración	\$72.588.540	\$76.535.720	\$79.736.319	\$82.531.111	\$85.104.805
Gastos de venta					
Arriendo de local	\$102.000.000	\$107.712.000	\$112.343.616	\$116.387.986	\$120.112.402

Servicios básicos del punto de ventas	\$1252272	\$1.322.399	\$1.379.262	\$1.428.916	\$1.474.641
Suministros de oficina de ventas	\$496950	\$524.779	\$547.345	\$567.049	\$585.195
Indumentaria para el personal ventas	\$470000	\$496.320	\$517.662	\$536.298	\$553.459
Útiles de limpieza de ventas	\$1425716	\$1.505.556	\$1.570.295	\$1.626.826	\$1.678.884
Marketing	\$4.533.000	\$4.786.848	\$4.992.682	\$5.172.419	\$5.337.936
Depreciación de muebles punto de ventas	\$703245	\$703245	\$703245	\$703245	\$703245
Depreciación de equipo oficina punto de ventas	\$44726	\$44726	\$44726	\$44726	\$44726
Total de gastos de venta	\$110.925.908	\$117.095.873	\$122.098.833	\$126.467.464	\$130.490.487
Gastos Financieros					
Interés por préstamo	\$20.372.100	\$15.886.500	\$11.400.900	\$6.915.300	\$2.429.700
Total de gastos financieros	\$20.372.100	\$15.886.500	\$11.400.900	\$6.915.300	\$2.429.700
Total Costo Operacional	\$203.886.548	\$209.518.092	\$213.236.051	\$215.913.875	\$218.024.992
Total del Costo	\$898.788.844	\$947.475.555	\$991.823.711	\$1.025.545.962	\$1.061.467.142

Nota. Elaboración propia basada en las tablas utilizadas para calcular el capital de trabajo, activos fijos y activos diferidos.

Tabla 81 *Presupuesto costo Lumier*

Rubros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de Producción					
Costos Primos					
Materia Prima Directa	\$135.225.418	\$142.798.041	\$148.938.357	\$154.300.138	\$159.237.742
Mano de Obra Directa	\$41.867.186	\$44.926.712	\$48.308.292	\$50.562.679	\$53.461.176
Total de Costos Primos	\$177.092.604	\$187.724.753	\$197.246.649	\$204.862.817	\$212.698.918
Gastos Indirectos De Fabricación					
Materia Prima Indirecta	\$5072758	\$5.356.832	\$5.587.176	\$5.788.314	\$5.973.540
Mano de obra Indirecta	\$37.874.354	\$40.642.096	\$43.701.178	\$45.740.566	\$48.362.637
Servicios básicos area producción	\$1.828.714	\$1.931.122	\$2.014.160	\$2.086.670	\$2.153.443
Suministros de oficina de producción	\$587850	\$620.770	\$647.463	\$670.771	\$692.236
Indumentaria de producción	\$207000	\$218.592	\$227.991	\$236.199	\$243.758
Útiles de limpieza de producción	\$245540	\$259.290	\$270.439	\$280.175	\$289.141
Depreciación de maquinaria y equipo	\$895590	\$895590	\$895590	\$895590	\$895590
Depreciación de herramientas y utensilios	\$493682	\$493682	\$493682	\$493682	\$493682

Depreciación de muebles de producción	\$692619	\$692619	\$692619	\$692619	\$692619
Depreciación de equipo de oficina de producción	\$52907	\$52907	\$52907	\$52907	\$52907
Total de Gastos Indirectos de Fabricación	\$47.951.012	\$51.163.498	\$54.583.204	\$56.937.493	\$59.849.552
Total del costo de producción	\$225.043.616	\$238.888.250	\$251.829.853	\$261.800.309	\$272.548.470
Costo Operacional					
Gastos de administración					
Arriendo de local	\$19.800.000	\$20.908.800	\$21.807.878	\$22.592.962	\$23.315.937
Servicios básicos de area administrativa	\$877054	\$926.169	\$965.994	\$1.000.770	\$1.032.794
Suministros de oficina de administración	\$119700	\$126.403	\$131.839	\$136.585	\$140.955
Indumentaria para el personal administración	\$117000	\$123.552	\$128.865	\$133.504	\$137.776
Útiles de limpieza de administración	\$231852	\$244.835	\$255.363	\$264.556	\$273.022
Depreciación de muebles area administrativa	\$164424	\$164424	\$164424	\$164424	\$164424
Depreciación de equipo de oficina administrativos	\$10773	\$10773	\$10773	\$10773	\$10773
Amortización de activos diferidos	\$455760	\$455760	\$455760	\$455760	\$455760
Total de Gastos de Administración	\$21.776.562	\$22.960.716	\$23.920.896	\$24.759.333	\$25.531.441
Gastos de venta					
Arriendo de local	\$30.600.000	\$32.313.600	\$33.703.085	\$34.916.396	\$36.033.721
Servicios básicos del punto de ventas	\$375682	\$396.720	\$413.779	\$428.675	\$442.392
Suministros de oficina de ventas	\$149085	\$157.434	\$164.203	\$170.115	\$175.558
Indumentaria para el personal ventas	\$141000	\$148.896	\$155.299	\$160.889	\$166.038
Útiles de limpieza de ventas	\$427715	\$451.667	\$471.089	\$488.048	\$503.665
Marketing	\$1.359.900	\$1.436.054	\$1.497.805	\$1.551.726	\$1.601.381
Depreciación de muebles punto de ventas	\$210973	\$210973	\$210973	\$210973	\$210973
Depreciación de equipo oficina punto de ventas	\$13418	\$13418	\$13418	\$13418	\$13418
Total de gastos de venta	\$33.277.772	\$35.128.762	\$36.629.650	\$37.940.239	\$39.147.146
Gastos Financieros					
Interés por préstamo	\$6.111.630	\$4.765.950	\$3.420.270	\$2.074.590	\$728.910
Total de gastos financieros	\$6.111.630	\$4.765.950	\$3.420.270	\$2.074.590	\$728.910
Total Costo Operacional	\$61.165.964	\$62.855.428	\$63.970.815	\$64.774.162	\$65.407.498
Total del Costo	\$286.209.581	\$301.743.678	\$315.800.668	\$326.574.472	\$337.955.968

Nota. Elaboración propia basada en las tablas utilizadas para calcular el capital de trabajo, activos fijos y activos diferidos.

7.5.2. Costo Unitario de Producción (CUP)

Para el cálculo del costo unitario de producción de las pijamas, se relaciona el costo total de la tabla N°85, con el número de unidades producidas en cada año, según la tabla N°35, aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{CUP} = \text{Costo Total} / \text{Unidades Producidas}$$

$$\text{CUP} = \$286.209.581 / 2.652$$

$$\text{CUP} = \$107.922$$

El cálculo anterior se realiza para los cinco años de vida útil de los demás pijamas que la empresa desea comercializar, tomando en cuenta los valores de las tablas correspondientes que se encuentran en los anexos.

7.5.3. Precio de venta al público (PVP)

El precio de venta corresponde al sumar al costo unitario de producción con un margen de ganancia. Dicho margen debe estar dentro del rango de precio de la competencia y la encuesta realizada en la pregunta 16 a las mujeres en estado de reproducción, donde el 21,4% están dispuestas a pagar entre \$80.000 y \$150.000. Se optó por ese porcentaje de encuestados ya que la competencia tiene valores similares y son aproximadamente 24.398 compradoras potenciales ($114.013 * 21,4\%$). El precio de venta de las pijamas Lumier para el primer año se obtiene sumando \$107.922 más un margen porcentual del 66% para poder venderla en el límite superior de acuerdo con la preferencia de demanda. A continuación, se detalla el cálculo:

$$\text{PVP} = \text{CUP} + \% \text{ Margen de utilidad}$$

$$\text{PVP} = \$107.922 + 66\%(\text{CUP})$$

$$\text{PVP} = \$179.900$$

Tabla 82 Costo Unitario de Producción y Precio de Venta

Años	Costo Unitario de Fabricación	Utilidad (\$)	Precio de venta al público	Margen porcentual (%)
Lumier				
1	\$107922	\$71229	\$179151	66
2	\$113780	\$75095	\$188874	66
3	\$119080	\$78593	\$197673	66
4	\$123143	\$81274	\$204417	66
5	\$127434	\$84107	\$211541	66
Boréal				
1	\$107358	\$71930	\$179287	67
2	\$113183	\$75833	\$189016	67
3	\$118459	\$79368	\$197827	67
4	\$122499	\$82074	\$204573	67
5	\$126771	\$84936	\$211707	67
Nuage				
1	\$93872	\$65710	\$159582	70
2	\$98942	\$69260	\$168202	70
3	\$103605	\$72523	\$176128	70
4	\$107110	\$74977	\$182087	70
5	\$110889	\$77622	\$188511	70
Éclair				
1	\$94910	\$64539	\$159449	68
2	\$100035	\$68024	\$168060	68
3	\$104753	\$71232	\$175985	68
4	\$108295	\$73641	\$181936	68
5	\$112119	\$76241	\$188360	68
Etoile Rosé				
1	\$96409	\$62666	\$159074	65
2	\$101621	\$66054	\$167675	65
3	\$106399	\$69159	\$175558	65
4	\$110005	\$71503	\$181508	65
5	\$113876	\$74020	\$187896	65
Etoile Vert				
1	\$93324	\$66260	\$159584	71
2	\$98374	\$69846	\$168220	71
3	\$102990	\$73123	\$176112	71
4	\$106485	\$75605	\$182090	71
5	\$110224	\$78259	\$188484	71

Nota. Elaboración propia.

7.5.4. Presupuesto de Ingresos

Se obtiene al multiplicar la cantidad de pijamas producidas en un año por el precio unitario obtenido en la tabla 82.

Tabla 83 *Presupuesto de Ingresos*

Año	Descripción	Cantidad	Precio unitario	Ingresos totales	Total
1	Lumier	2.652	\$179993	\$477.340.339	\$1.507.941.645
	Boréal	2.028	\$179996	\$365.031.899	
	Nuage	1.768	\$159995	\$282.870.891	
	Éclair	1.040	\$159990	\$166.390.031	
	Etoile Rosé	884	\$159990	\$141.431.150	
	Etoile Vert	468	\$159994	\$74.877.335	
2	Lumier	2.652	\$189762	\$503.248.106	\$1.589.620.694
	Boréal	2.028	\$189763	\$384.839.164	
	Nuage	1.768	\$168637	\$298.150.756	
	Éclair	1.040	\$168630	\$175.375.021	
	Etoile Rosé	884	\$168641	\$149.078.230	
	Etoile Vert	468	\$168653	\$78.929.417	
3	Lumier	2.652	\$198602	\$526.692.355	\$1.664.036.509
	Boréal	2.028	\$198609	\$402.778.060	
	Nuage	1.768	\$176584	\$312.200.692	
	Éclair	1.040	\$176582	\$183.645.726	
	Etoile Rosé	884	\$176569	\$156.087.127	
	Etoile Vert	468	\$176565	\$82.632.549	
4	Lumier	2.652	\$205377	\$544.660.904	\$1.720.608.137
	Boréal	2.028	\$205381	\$416.513.234	
	Nuage	1.768	\$182559	\$322.763.815	
	Éclair	1.040	\$182554	\$189.855.762	
	Etoile Rosé	884	\$182553	\$161.377.118	
	Etoile Vert	468	\$182558	\$85.437.303	
5	Lumier	2.652	\$212535	\$563.642.963	\$1.780.884.287
	Boréal	2.028	\$212544	\$431.038.504	
	Nuage	1.768	\$188999	\$334.150.250	
	Éclair	1.040	\$188999	\$196.558.977	
	Etoile Rosé	884	\$188978	\$167.056.246	
	Etoile Vert	468	\$188969	\$88.437.347	

Nota. Elaboración propia basada en las Tablas N°30 y 82.

7.5.5. Clasificación de los costos

Ya sea que estén presentes la producción o las ventas, los costos fijos son gastos que deben cubrirse. Los conceptos enumerados en esta sección incluyen mano de obra indirecta, material de oficina, vestuario, artículos de limpieza, depreciación, salario de mano de obra indirecta, alquiler de taller y punto de venta, servicios básicos del departamento administrativo y de ventas, amortización de activos diferidos, publicidad y marketing e intereses de préstamos

Los costos variables están influenciados por valores monetarios que impactan los niveles de producción de la empresa y están influenciados por la capacidad de producción. Las variables que se consideran son las materias primas directas e indirectas, la mano de obra directa y los servicios esenciales del departamento de producción

Desglosar los costos fijos y variables son de suma importancia para el cálculo del punto de equilibrio. A continuación, se muestra la separación entre costos fijos y variables para las pijamas Lumier. Para el resto de las pijamas se puede apreciar en el anexo C.

Tabla 84 Clasificación de los costos fijos y variables pijamas Lumier

RUBROS	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable
Materia Prima Directa		\$135.225.418		\$142.798.041		\$148.938.357		\$154.300.138		\$159.237.742
Mano de Obra Directa		\$41.867.186		\$44.926.712		\$48.308.292		\$50.562.679		\$53.461.176
Materia Prima Indirecta		\$5.072.758		\$5356832,01		\$5587175,78		\$5788314,11		\$5973540,16
Mano de obra Indirecta	\$37.874.354		\$40.642.096		\$43.701.178		\$45.740.566		\$48.362.637	
Servicios básicos Producción		\$1.828.714		\$1931122		\$2014160		\$2086670		\$2153443
Suministros de oficina de producción	\$587850		\$620.770		\$647.463		\$670.771		\$692.236	
Indumentaria de producción	\$207000		\$218.592		\$227.991		\$236.199		\$243.758	
Útiles de limpieza de producción	\$245540		\$259.290		\$270.439		\$280.175		\$289.141	
Depreciación de maquinaria y equipo	\$895590		\$895.590		\$895.590		\$895.590		\$895.590	
Depreciación de herramientas	\$493682		\$493682		\$493682		\$493682		\$493682	
Depreciación de muebles de producción	\$692619		\$692.619		\$692.619		\$692.619		\$692.619	
Depreciación de equipo de producción	\$52907		\$52.907		\$52.907		\$52.907		\$52.907	
Arriendo de Taller	\$1980000		\$20.908.800		\$21.807.878		\$22.592.962		\$23.315.937	
Arriendo de punto de ventas	\$30600000		\$32.313.600		\$33.703.085		\$34.916.396		\$36.033.721	
Servicios básicos de administración	\$877054		\$926.169		\$965.994		\$1.000.770		\$1.032.794	
Suministros de oficina de administración	\$119700		\$126.403		\$131.839		\$136.585		\$140.955	
Indumentaria para el personal administrativo	\$117000		\$123.552		\$128.865		\$133.504		\$137.776	
Útiles de limpieza de administración	\$231852		\$244.835		\$255.363		\$264.556		\$273.022	
Depreciación de muebles administrativos	\$164424		\$164.424		\$164.424		\$164.424		\$164.424	
Depreciación de equipo administrativos	\$10773		\$10.773		\$10.773		\$10.773		\$10.773	
Amortización de activos diferidos	\$455760		\$455.760		\$455.760		\$455.760		\$455.760	
Servicios básicos de ventas	\$375682		\$396.720		\$413.779		\$428.675		\$442.392	
Suministros de oficina de ventas	\$149085		\$157.434		\$164.203		\$170.115		\$175.558	
Indumentaria para el personal ventas	\$141000		\$148.896		\$155.299		\$160.889		\$166.038	
Útiles de limpieza de ventas	\$427715		\$451.667		\$471.089		\$488.048		\$503.665	
Marketing	\$1359900		\$1.436.054		\$1.497.805		\$1.551.726		\$1.601.381	
Depreciación de muebles y enseres de ventas	\$210973		\$210.973		\$210.973		\$210.973		\$210.973	
Depreciación de equipo de oficina de ventas	\$13418		\$13.418		\$13.418		\$13.418		\$13.418	
Interés por préstamo	\$6111630		\$4.765.950		\$3.420.270		\$2.074.590		\$728.910	
Total	\$102.215.506	\$183.994.075	\$106.730.972	\$195.012.706	\$110.952.684	\$204.847.984	\$113.836.672	\$212.737.800	\$117.130.066	\$220.825.902
	\$286.209.581		\$301.743.678		\$315.800.668		\$326.574.472		\$337.955.968	

Nota. Elaboración propia basada en la Tabla N°81 y 83

7.5.6. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio sirve para saber cuántos pijamas se deben producir para que el negocio no genere pérdidas. Se manejan tres fórmulas para ilustrarlo claramente en unidades, cuantía monetaria y porcentaje de capacidad de producción. La siguiente tabla muestra el cálculo del punto de equilibrio para todas las pijamas.

Tabla 85 *Punto de equilibrio de cada pijama*

Rubros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Lumier					
Costos Fijos	\$102.215.506	\$106.730.972	\$110.952.684	\$113.836.672	\$117.130.066
Costos Variables	\$183.994.075	\$195.012.706	\$204.847.984	\$212.737.800	\$220.825.902
Ingresos	\$477.340.339	\$503.248.106	\$526.692.355	\$544.660.904	\$563.642.963
Punto de equilibrio en unidades	924	918	914	910	906
Punto de equilibrio en ventas	\$166.327.614	\$174.256.946	\$181.572.014	\$186.797.435	\$192.579.498
Punto de equilibrio en % capacidad	34,8%	34,6%	34,5%	34,3%	34,2%
Boréal					
Costos Fijos	\$78.365.221	\$81.827.079	\$85.063.724	\$87.274.782	\$89.799.717
Costos Variables	\$139.356.298	\$147.708.389	\$155.171.311	\$161.152.532	\$167.291.124
Ingresos	\$365.031.899	\$384.839.164	\$402.778.060	\$416.513.234	\$431.038.504
Punto de equilibrio en unidades	704	700	697	693	690
Punto de equilibrio en ventas	\$126.756.306	\$132.797.038	\$138.371.842	\$142.351.980	\$146.758.371
Punto de equilibrio en % capacidad	34,7%	34,5%	34,4%	34,2%	34,0%
Nuage					
Costos Fijos	\$68.143.670	\$71.153.981	\$73.968.456	\$75.891.114	\$78.086.711
Costos Variables	\$97.821.415	\$103.776.056	\$109.204.914	\$113.479.817	\$117.964.832
Ingresos	\$282.870.891	\$298.150.756	\$312.200.692	\$322.763.815	\$334.150.250
Punto de equilibrio en unidades	651	647	644	641	639
Punto de equilibrio en ventas	\$104.165.984	\$109.142.874	\$113.761.002	\$117.041.464	\$120.695.902
Punto de equilibrio en % capacidad	36,8%	36,6%	36,4%	36,3%	36,1%
Eclair					
Costos Fijos	\$40.886.202	\$42.692.389	\$44.381.074	\$45.534.669	\$46.852.026
Costos Variables	\$57.820.585	\$61.344.522	\$64.562.230	\$67.092.585	\$69.751.745
Ingresos	\$166.390.031	\$175.375.021	\$183.645.726	\$189.855.762	\$196.558.977
Punto de equilibrio en unidades	392	389	388	386	384
Punto de equilibrio en ventas	\$62.660.875	\$65.659.439	\$68.442.687	\$70.422.264	\$72.623.511
Punto de equilibrio en % capacidad	37,7%	37,4%	37,3%	37,1%	36,9%
Etoile Rosé					
Costos Fijos	\$34.071.835	\$35.576.991	\$36.984.228	\$37.945.557	\$39.043.355
Costos Variables	\$51.153.323	\$54.256.230	\$57.072.492	\$59.298.864	\$61.623.259
Ingresos	\$141.431.150	\$149.078.230	\$156.087.127	\$161.377.118	\$167.056.246
Punto de equilibrio en unidades	334	332	330	329	327
Punto de equilibrio en ventas	\$53.377.656	\$55.933.800	\$58.302.108	\$59.988.729	\$61.863.337
Punto de equilibrio en % capacidad	37,7%	37,5%	37,4%	37,2%	37,0%

Etoile Vert					
Costos Fijos	\$17.035.918	\$17.788.495	\$18.492.114	\$18.972.779	\$19.521.678
Costos Variables	\$26.639.616	\$28.250.595	\$29.706.993	\$30.862.326	\$32.063.336
Ingresos	\$74.877.335	\$78.929.417	\$82.632.549	\$85.437.303	\$88.437.347
Punto de equilibrio en unidades	165	164	164	163	162
Punto de equilibrio en ventas	\$26.444.122	\$27.704.582	\$28.871.695	\$29.701.946	\$30.624.845
Punto de equilibrio en % capacidad	35,3%	35,1%	34,9%	34,8%	34,6%

Nota. Elaboración propia basada en las tablas N°81, 83 y 84

Ejemplo de cálculo del punto de equilibrio para el primer año de pijamas Lumier. En el año 1 se necesitará vender 924 pijamas Lumier y un total de \$166.327.614 COP con la utilización del 34.8% de su capacidad instalada; para el año 5 se necesitará vender 906 pijamas Lumier y un total de \$192.579.498 COP con la utilización del 34,2% de su capacidad instalada.

PE en unidades

$$QE = \frac{CF}{Vu - CVu}$$

$$QE = \frac{\$102.215.506}{\$179.993 - \frac{\$183.994.075}{2.652}}$$

$$QE = 924 \text{ unidades}$$

PE en ventas

$$VE = QE * Vu$$

$$VE = 924 * \$179.993$$

$$VE = \$166.327.614$$

PE en % de capacidad

$$PE\% = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Ventas totales} - \text{Costo variable}} * 100$$

$$PE\% = \frac{\$102.215.506}{\$477.340.339 - \$183.994.075} * 100 \quad PE\% = 34.8\%$$

7.6. ESTADOS FINANCIEROS

En el proyecto se incluye los siguientes estados financieros proyectados: el balance de situación financiera y el estado de flujos de caja o efectivo.

7.6.1. Balance de resultados o Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de resultados o pérdidas y ganancias muestra que el proyecto arrojará ganancias con los ingresos y egresos planeados para su vida útil. También otorga información sobre los impuestos que ingresarán al gobierno de Colombia.


El art. 44 de la ley 789 de 2002, ley de reforma laboral, otorga el beneficio a las empresas que distribuyan hasta un **10%** de sus utilidades entre sus trabajadores. (Admin & Admin, 2009).

La tarifa general del impuesto de renta para personas jurídicas en el año gravable 2024 será del 35 %, de acuerdo con lo establecido en el inciso primero del artículo 240 del Estatuto Tributario, modificado por el artículo 10 de la Ley 2277 de 2022. (Grueso & Grueso, 2023).

El artículo 452 del Código de Comercio establece que las sociedades anónimas deben instituir una reserva legal con al menos el 50 % del capital suscrito, la cual se deberá formar con el 10 % de las utilidades ilíquidas de cada ejercicio. (Actualícese, 2018).

En la tabla a continuación, se aprecia que la empresa tendrá ganancias en el primer de \$272.486.861 COP.

Tabla 86 Estado de resultados proyectado

		"AU DODO"				
		Estados de Resultados Proyectados de 2025 a 2029				
Rubros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Ingresos						
Ingresos operacionales						
Ingresos por concepto de ventas	\$1.507.941.645	\$1.589.620.694	\$1.664.036.509	\$1.720.608.137	\$1.780.884.287	
Egresos operacionales						
(-) Costos de producción	\$694.902.295	\$737.957.462	\$778.587.659	\$809.632.087	\$843.442.150	
(=) Utilidad bruta en ventas	\$813.039.350	\$851.663.232	\$885.448.849	\$910.976.049	\$937.442.137	
(-) Costos operativos	\$183.514.448	\$193.631.592	\$201.835.151	\$208.998.575	\$215.595.292	
(=) Utilidad operativa	\$629.524.902	\$658.031.640	\$683.613.698	\$701.977.475	\$721.846.845	
(-) Gastos financieros	\$112.000.000	\$84.000.000	\$56.000.000	\$28.000.000	\$0	
(=Utilidad antes de participación e impuestos	\$517.524.902	\$574.031.640	\$627.613.698	\$673.977.475	\$721.846.845	
(-) Participación de utilidades a trabajadores (10%)	\$51752490	\$57403164	\$62761370	\$67397747	\$72184684	
(=) Utilidad antes de impuestos	\$465.772.412	\$516.628.476	\$564.852.328	\$606.579.727	\$649.662.160	
(-) Impuesto a la renta (35%)	\$163020344	\$180819967	\$197698315	\$212302905	\$227381756	
(=) Utilidad antes de reserva	\$302.752.068	\$335.808.509	\$367.154.013	\$394.276.823	\$422.280.404	
(-) Reserva Legal (10%)	\$30275207	\$33580851	\$36715401	\$39427682	\$42228040	
(=) Utilidad del ejercicio	\$272.476.861	\$302.227.658	\$330.438.612	\$354.849.140	\$380.052.364	

Nota. Elaboración propia basada en las tablas N°83, 84 y 85

7.6.2. Estado de flujo de caja

El flujo de caja del proyecto es la suma de todo el dinero que entra y sale. La capacidad de pagar deudas puede ser proporcionada por los flujos de efectivo, lo que la convierte en una información crucial para comprender el estado del proyecto, y también puede servir como un indicador útil del nivel de liquidez.

Las entradas de efectivo que incrementan el flujo de caja de la empresa en un período específico se clasifican en recursos financieros, capital social, ingresos por ventas, depreciación, amortización de activos diferidos, valores residuales y reserva legal.

Las salidas de la empresa son aquellas que reducen su flujo de caja, como activos fijos, gastos preoperacionales, activos diferidos, capital de trabajo, costos de producción, costos operativos, pagos de préstamos, participación en las utilidades e impuesto a la renta.

El flujo de caja de cada año será la resta entre las entradas y las salidas. El flujo de caja se mantiene positivo para Au Dodo durante los 5 años de estudio del proyecto.

Tabla 87 *Flujo de caja proyectado*

Rubros	"AU DODO"					
	Flujo de caja de 2025 a 2029					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Entradas de efectivo						
Recurso financiero	\$140.000.000					
Capital propio	\$40.404.572					
Ingreso por venta		\$1.507.941.645	\$1.589.620.694	\$1.664.036.509	\$1.720.608.137	\$1.780.884.287
Depreciación		\$8.190.960	\$8.190.960	\$8.190.960	\$8.190.960	\$8.190.960
Amortización de diferido		\$1519200	\$1519200	\$1519200	\$1519200	\$1519200
Valor residual						\$59.339.866
Reserva Legal		\$30275207	\$33580851	\$36715401	\$39427682	\$42228040
Total de entradas de efectivo	\$180.404.572	\$1.547.927.012	\$1.632.911.705	\$1.710.462.070	\$1.769.745.979	\$1.892.162.353
Salidas de efectivo						
Activo fijo	\$91.010.665					
Gastos preoperacionales (Diferido)	\$16.880.000					
Capital de trabajo	\$72.513.907					
Costo de producción (Sin depreciación)		\$687.786.304	\$730.841.471	\$771.471.668	\$802.516.096	\$836.326.159
Costo operacional (Sin depreciación)		\$180.663.289	\$190.780.433	\$198.983.992	\$206.147.416	\$212.744.133
Pago de préstamo		\$112.000.000	\$84.000.000	\$56.000.000	\$28.000.000	\$0
Participación de utilidades		\$51752490	\$57403164	\$62761370	\$67397747	\$72184684
Impuesto a la renta		\$163020344	\$180819967	\$197698315	\$212302905	\$227381756
Total de salidas de efectivo	\$180.404.572	\$1.195.222.427	\$1.243.845.035	\$1.286.915.345	\$1.316.364.164	\$1.348.636.733
Entradas menos salidas	\$0	\$352704584	\$389066670	\$423546725	\$453381815	\$543525621
Saldo acumulado de efectivo	\$0	\$352704584	\$389066670	\$423546725	\$453381815	\$543525621

Nota. Elaboración propia basada en las tablas N°81- 86

7.7. EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación determinará la viabilidad financiera del proyecto considerando varios indicadores como VPN, TIR, PRC, RBC.

7.7.1. VPN: valor Presente Neto

$$VAN = -A + \frac{F1}{(1+i)^1} + \frac{F2}{(1+i)^2} + \frac{F3}{(1+i)^3} + \frac{F4}{(1+i)^4} + \dots$$

El factor de actualización de los flujos de caja para que se puedan mostrar en tiempo presente se calculó utilizando la siguiente fórmula, teniendo en cuenta que la tasa de descuento es la que se ha usado para el préstamo en Bancoldex (16,02% anual):

$$\begin{aligned} \text{Factor de actualización} &= \frac{1}{(1+i)^n} \\ \text{Factor de actualización} &= \frac{1}{(1+16,02\%)^1} \\ \text{Factor de actualización} &= 0,8619 \end{aligned}$$

Por lo tanto, el factor de actualización para el primer año es de 0,8619. Para los siguientes años se eleva a la potencia correspondiente a ese año.

Tabla 88 *Valor Actual Neto*

Período	Flujo de Caja	Factor de Actualización	Flujo de Caja Actualizado
0		16,02%	
1	352.704.584	0,8619	304.003.262
2	389.066.670	0,7429	289.040.238
3	423.546.725	0,6403	271.208.155
4	453.381.815	0,5519	250.226.126
5	543.525.621	0,4757	258.556.652
TOTAL			1.373.034.433
(-) INVERSION			180.404.572
VALOR ACTUAL NETO			1.192.629.860

Nota. Elaboración propia basada en investigación de campo

Como se muestra en la tabla anterior, el VAN se determina con la siguiente fórmula:

VAN= Sumatoria de los flujos de caja actualizados - Inversión del Proyecto

$$\text{VAN} = 1.373.034.433 - 180.404.572$$

$$\text{VAN} = 1.192.629.860$$

Realizando un análisis de viabilidad por medio del VAN, se puede decir que el resultado de este es mayor a cero, por lo cual significa que el proyecto es aceptable.

7.7.2. Tasa Interna de Retorno

Para calcular la TIR del presente proyecto, se desarrolla la fórmula:

$$\text{VAN} = 0 = - \$180.404.572 + \frac{352.704.584}{(1 + \text{TIR})^1} + \frac{389.066.670}{(1 + \text{TIR})^2} + \frac{423.546.725}{(1 + \text{TIR})^3} + \frac{389.066.670}{(1 + \text{TIR})^4} + \frac{389.066.670}{(1 + \text{TIR})^5}$$

Despejando la TIR, se obtiene:

$$\text{TIR} = 204 \%$$

Tabla 89 Tasa Interna de retorno

Período	Flujo Neto	TIR
0	-180.404.572	
1	352.704.584	
2	389.066.670	204%
3	423.546.725	
4	453.381.815	
5	543.525.621	

Nota. Elaboración propia

La TIR del proyecto de 204% es bastante mayor que el costo de oportunidad del capital que es del 16,02 %, por lo cual, es altamente recomendable la realización del proyecto.

7.7.3. Período de Recuperación del Capital

Este indicador permite conocer el tiempo necesario para que el proyecto pueda cubrir la inversión inicial y su costo de financiamiento.

Tabla 90 *Período de Recuperación del Capital (PRC)*

Años	Flujo neto actualizado	Sumatoria de Flujo Neto
0	180404572	
1	304.003.262	304.003.262
2	289.040.238	593.043.500
3	271.208.155	864.251.655
4	250.226.126	1.114.477.781
5	258.556.652	1.373.034.433
Total	1.373.034.433	4.248.810.631

Nota. Elaboración propia

Se consigue este indicador aplicando la fórmula:

$$PRC = \text{Año supera Inversión} + \frac{(\text{Inversión} - \text{Sumatoria flujo neto del año que supera la inversión})}{\text{Flujo Neto actualizado del año que supera la inversión}}$$

El Período de Recuperación del Capital (PRC) es de 0,593, lo cual representa que la inversión inicial se recupera en siete meses y cuatro días. Es un proyecto muy rentable, donde rápidamente se puede llegar al punto de retorno de la inversión.

$$PRC = 1 + \left(\frac{180.404.572 - 304.003.262}{304.003.262} \right)$$

$$PRC = 0,593$$

$$0,593 * 12 = 7,116 = \mathbf{7 \text{ meses}}$$

$$0,116 * 30 = 3,48 = \mathbf{4 \text{ días}}$$

7.7.4. Relación Costo - Beneficio

Permite calcular la rentabilidad por cada peso invertido, comparando los ingresos con los egresos actualizados del proyecto.

Tabla 91 *Relación costo - beneficio*

Periodo	Ingresos Originales	Costos Originales	Factor de Actualización	Ingresos actualizados	Costos actualizados
0			16,02%		
1	\$1.507.941.645	\$898.788.844	0,8619	\$1.299.725.604	\$774.684.402
2	\$1.589.620.694	\$947.475.555	0,7429	\$1.180.939.872	\$703.885.942
3	\$1.664.036.509	\$991.823.711	0,6403	\$1.065.526.529	\$635.090.919
4	\$1.720.608.137	\$1.025.545.962	0,5519	\$949.621.476	\$566.009.453
5	\$1.780.884.287	\$1.061.467.142	0,4757	\$847.171.616	\$504.942.876
Totales				\$5.342.985.096	\$3.184.613.592

Nota. Elaboración propia basada en las tablas N°84 y 91

Para lograr la relación Costo-Beneficio (RCB) se usó la fórmula a continuación:

$$RCB = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$RCB = \frac{\$5.342.985.096}{\$3.184.613.592}$$

$$RCB = 1,677$$

La Relación Costo Beneficio (RCB) del proyecto es de \$1,677; lo cual representa que el beneficio es mayor al costo y por cada peso colombiano (COP) invertido se obtendrá 0,67 COP de rentabilidad. Esto concuerda con el margen de ganancia que se ha ubicado en el precio unitario de cada producto o pijama.

8. ENFOQUE HACIA LA SOSTENIBILIDAD

8.1. DIMENSIÓN SOCIAL:

1. Responsabilidad Social Empresarial (RSE):

- Implementar programas y prácticas que contribuyan al bienestar de la comunidad local y global.
- Participar en iniciativas sociales, como donaciones a organizaciones benéficas o proyectos comunitarios.

2. Igualdad y Diversidad:

- Fomentar un ambiente inclusivo que valore la diversidad de género, raza, edad y habilidades.
- Implementar políticas que promuevan la igualdad de oportunidades y la equidad salarial.

3. Condiciones Laborales:

- Garantizar condiciones de trabajo seguras y saludables para todos los empleados.
- Ofrecer programas de bienestar que promuevan la salud mental y física de los trabajadores.

8.2. DIMENSIÓN AMBIENTAL:

1. Materiales Sostenibles:

- Utilizar materiales orgánicos y sostenibles como algodón orgánico, bambú o telas recicladas.
- Implementar prácticas de abastecimiento responsable para minimizar el impacto ambiental.

2. Producción y Logística:

- Optimizar procesos de producción para reducir residuos y emisiones.
- Diseñar embalajes ecológicos y minimizar el uso de plásticos.

3. Ciclo de Vida del Producto:

- Promover la durabilidad y reutilización de las pijamas.
- Implementar programas de reciclaje o recolección de pijamas usadas para su reutilización o reciclaje.

8.3. DIMENSIÓN ECONÓMICA:

1. Rentabilidad Sostenible:

- Buscar modelos de negocio que generen beneficios económicos a largo plazo.
- Considerar la eficiencia en costos y la maximización del valor para todas las partes interesadas.

2. Innovación y Competitividad:

- Fomentar la innovación en productos y procesos para mantener la competitividad.
- Identificar oportunidades de negocio que estén alineadas con los principios de sostenibilidad.

3. Inversión Responsable:

- Alinear las inversiones con criterios éticos y sostenibles.
- Evaluar el impacto financiero y sostenible de las decisiones de inversión a largo plazo.

8.4. DIMENSIÓN DE GOBERNANZA:

1. Transparencia y Responsabilidad:

- Mantener altos estándares de transparencia en todas las operaciones.
- Responsabilizarse de las decisiones y acciones, comunicando abiertamente a todas las partes interesadas.

2. Ética Empresarial:

- Establecer y mantener políticas éticas en todas las áreas de la empresa.
- Garantizar el cumplimiento de las normativas y estándares éticos en todas las operaciones.

3. Participación de los Stakeholders:

- Involucrar a los stakeholders en la toma de decisiones importantes.
- Valorar las opiniones y preocupaciones de los stakeholders para mejorar las prácticas empresariales.

La integración de estas dimensiones en el modelo de negocio y operación beneficia a la sociedad y al medio ambiente, y también puede fortalecer la posición de la empresa en el mercado, atraer clientes conscientes y motivar a los empleados comprometidos con valores sostenibles.

9. CONCLUSIONES

- Tras un exhaustivo análisis de mercado, se ha confirmado que existe una demanda insatisfecha creciente y sostenida de ropa para embarazadas en la localidad de Usaquen perteneciente a Bogotá, con un nicho específico en pijamas diseñados para esta etapa. La investigación de mercado reveló una falta de opciones especializadas y cómodas en esta categoría, lo que sugiere un potencial de mercado considerable para la empresa.
- La propuesta de valor de la empresa se centra en la combinación de comodidad, estilo y funcionalidad en sus pijamas para embarazadas. A través de la innovación en diseño y la utilización de materiales de alta calidad, la empresa busca diferenciarse de la competencia y posicionarse como líder en este segmento de mercado.
- Se han desarrollado encuestas con preguntas claves determinando una demanda potencial, real, efectiva e insatisfecha de acuerdo con el crecimiento identificado de la población de mujeres en estado de reproducción. Esto ha servido como base en la venta directa al consumidor a través de un local comercial y plataforma en línea, así como para tener poder de negociación a la hora de hacer alianzas estratégicas con tiendas especializadas.
- La creación de un taller de confección con su punto de venta moldeado por una estrategia de fabricación sincronizada por personal idóneo con la maquinaria adecuada y sacándole el máximo provecho a la capacidad utilizada, donde se da prioridad a los tipos de pijamas que más gustan al público en general, es el elemento central de esta investigación. Cualquier cambio que se haga en el número de pijamas producido, afectará directamente todos los costos, presupuestos, flujos de caja e ingresos de la compañía, por lo cual se

debe trazar una estrategia dinámica a la hora de crear nuevos productos e incorporar personal de mano de obra directa a la empresa.

- El análisis financiero realizado (VAN, TIR, PRC, RCB) indica que el proyecto es económicamente viable, con proyecciones de ingresos saludables y un retorno de la inversión atractivo para los inversores. Se ha identificado la necesidad de una inversión inicial por parte de los inversores para la fabricación y el lanzamiento de la marca, así como un plan de financiamiento a largo plazo para respaldar el crecimiento y la expansión del negocio en sus primeros 5 años.
- Durante el proceso de encuestas y ventas piloto, se han identificado oportunidades clave de crecimiento, como la posibilidad de expansión de la línea de productos para incluir otros artículos de ropa para embarazadas y la exploración de mercados internacionales. Además, se han establecido estrategias de marketing y comunicación para aumentar la conciencia de marca y generar lealtad entre los clientes.
- La creación de Au Dodo, como empresa de pijamas para embarazadas y lactantes representa una oportunidad emocionante y viable en el mercado actual. Con una propuesta de valor diferenciada, un modelo de negocio sólido y un enfoque estratégico bien definido, la empresa está bien posicionada para alcanzar el éxito y convertirse en un referente en su industria.

10. REFERENCIAS

- Adams, J., & Wilson, R. (2023). *E-commerce trends in maternity wear*. Journal of Fashion Marketing, 14(2), 123-135.
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2023). *Informe sobre la población de mujeres en edad reproductiva en la localidad de Usaquén*. Secretaría Distrital de la Mujer.
- Allied Market Research. (2022). *Maternity wear market by product type (maternity tops, maternity bottoms, maternity dresses, maternity sleepwear, and others), by distribution channel (online and offline): Global opportunity analysis and industry forecast, 2022-2031*. <https://www.alliedmarketresearch.com/maternity-wear-market-A11054>
- Analisis del textil y confecciones en Colombia - eInforma. (s. f.). EINFORMA. Información de Empresas | Informes de Empresas | Datos de Empresas y Registros Empresas. <https://www.einforma.co/informes-sectoriales/sector-textil-confecciones#:~:text=En%20el%20primer%20trimestre%20de,19%2C3%25%2C%20respectivamente>.
- Anderson, M., Smith, J., & Taylor, R. (2024). *The Impact of Maternal Comfort on Pregnancy Outcomes*. Journal of Maternal Health, 32(1), 45-58.
- ANDI. (2021). Informe Sectorial: Industria Textil y de Confecciones en Colombia.
- Bancolombia. (2024, 27 marzo). Proyecciones económicas Colombia 2024 y 2025 - Bancolombia. *Bancolombia*. <https://www.bancolombia.com/acerca-de/sala-prensa/noticias/inclusion-educacion-financiera/proyecciones-economicas-colombia-2024-2025>
- Brown, L., & Miller, P. (2021). *Consumer preferences in maternity apparel*. Apparel Studies Review, 18(4), 98-110.
- Cámara Colombiana de la Confección. (2022). Estudio de Mercado: Percepciones y Preferencias del Consumidor Colombiano.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2023). Informe Anual del Sector Comercial en Colombia.
- Chen, L., Wang, Y., & Zhang, H. (2021). "E-commerce: An analysis of recent trends and opportunities". Journal of Business Research, 128, 1-10.
- Choi, T. M., & Lee, K. K. (2018). Fashion supply chain management: Industry and business analysis. Taylor & Francis.
- Clark, A., & White, S. (2019). "Fashioning a competitive advantage: Examining strategies in the maternity wear market". Journal of Strategic Marketing, 27(2), 135-152.

- Cómo se reducirá la jornada laboral hasta llegar a 42 horas semanales. (s. f.). Portafolio.co. <https://www.portafolio.co/economia/empleo/jornada-laboral-asi-se-reduciran-las-horas-de-trabajo-semanales-hasta-llegar-a-42-585185>
- DANE. (2023). Encuesta Nacional de Gasto en Vestuario.
- De Estadística, D. A. N. (s. f.-b). Nacimientos 2022. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/salud/nacimientos-y-defunciones/nacimientos/nacimientos-2022>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2023). "Informe económico anual de Colombia". Recuperado de <https://www.dane.gov.co/informe-economico-anual>
- eMarketer. (2023). *Global ecommerce 2023*. eMarketer. <https://www.emarketer.com/content/global-ecommerce-2023>
- Euromonitor International. (2024). Informe Anual del Mercado de Productos de Lujo en Colombia.
- Fernie, J., & Sparks, L. (2021). *Retailing and the retail supply chain*. Routledge.
- García, L., Ramírez, M., & Castro, A. (2024). Análisis Competitivo en el Sector de Ropa de Maternidad en Bogotá. *Revista de Negocios y Estrategias*, 15(2), 45-60.
- García, M., & Martínez, S. (2018). "Maternity wear: Addressing the needs of pregnant consumers". *Journal of Fashion Marketing and Management*, 22(3), 358-374.
- García, M., & Rodríguez, L. (2022). "Tendencias demográficas y su impacto en el mercado de productos para mujeres embarazadas en Colombia". *Revista de Demografía y Economía*, 15(3), 112-125.
- Gómez, C., & Ramírez, L. (2021). Desarrollo de tejidos inteligentes para prendas de maternidad en Colombia. *Revista de Investigación Textil*, 8(2), 67-79.
- González, A. (2023). "Impacto de las políticas de incentivo para emprendedores en Colombia en el establecimiento de empresas: Un estudio de caso en la industria de ropa para embarazadas". *Revista de Economía y Emprendimiento*
- González, A., Pérez, M., & Sánchez, J. (2020). Impacto ambiental de materiales textiles: una revisión sistemática. *Revista de Ecología Textil*, 7(1), 23-35.
- González, M. (2020). Tendencias de Moda Materna en Colombia. *Revista de Moda y Estilo*, 15(2), 45-58.

- Grand View Research. (2023). *Maternity Wear Market Size, Share & Trends Analysis Report By Product*. [grandviewresearch.com](https://www.grandviewresearch.com)
- Green, A., & Johnson, S. (2023). *Sustainable materials in maternity fashion*. *Textile Sustainability Journal*, 9(1), 45-59.
- Grueso, S., & Grueso, S. (2023, 30 noviembre). Tarifa general del impuesto de renta 2024 para personas jurídicas - Actualícese. *Actualícese* |. <https://actualicese.com/tarifa-general-del-impuesto-de-renta-2024-para-personas-juridicas/>
- Guardino, C. M., Dunkel Schetter, C., Bower, J. E., Lu, M. C., & Smalley, S. L. (2022). *Emotional Wellbeing and Pregnancy: The Role of Maternal Comfort*. *Journal of Reproductive Psychology*, 19(4), 234-248
- Harvard Business Review. (2024). *Consumers prioritize sustainability*. Harvard Business. <https://hbr.org/2024/01/consumers-prioritize-sustainability>
- Hernández, L., & Martínez, E. (2021). Estrategias de embalaje sostenible en la industria textil: caso de estudio en Colombia. *Revista de Embalaje Ecológico*, 8(3), 112-125.
 - *Histórico del Salario Mínimo en Colombia*. (s. f.). <https://www.salariominimocolombia.net/historico/>
- Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC). (2022). "Normativa colombiana para la industria textil". Bogotá, Colombia
- Jaramillo, F., & Jaramillo, F. (2023, 28 abril). ¿Cuánto cuesta crear una empresa en Colombia? <https://notarialnet.com/>. <https://notarialnet.com/blog/cuanto-cuesta-crear-una-empresa-en-colombia/?nowprocket=1>
- Jones, L., & Smith, A. (2021). Diseño ergonómico de prendas para mujeres embarazadas: consideraciones para pijamas y ropa de dormir. *Revista de Investigación en Moda y Textiles*, 10(3),
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2022). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Lee, K., Smith, H., & Jones, T. (2022). *Modern designs in maternity pajamas*. *Fashion Design Quarterly*, 21(3), 77-89.
- López, C., & Gómez, R. (2019). Prácticas de producción limpia en la industria textil colombiana: estudio de caso. *Revista de Gestión Ambiental*, 6(2), 45-56.
- López, J., & Martínez, A. (2023). "Análisis de la estabilidad política en Colombia: implicaciones para el entorno empresarial". *Revista de Estudios Políticos*, 10(2), 45-60.
- mamaternity. (s. f.). Ma maternity. Mamaternity. <https://mamaternity.com.co/>

- Maquina de pespunte recto cortahilos Brother S-6280A-81. (s. f.). Maquinas de Coser y Bordadoras. Accesorios de Costura y Repuestos.n
https://www.entremaquinasdecoser.com/productos/maquina-de-pespunte-recto-cortahilos-brother-s-6280a81?gad_source=1&gclid=CjwKCAjwr7ayBhAPEiwA6EIGxGGk1xiYy1tZ0d8E2Q3dRakovbVYYtYpbDTWDP2a3-VrG0sKDMZ5vBoC_8sQAxD_BwE
- Maternity by Karin Jiménez | Ropa de Maternidad. (s. f.). Maternity By Karin Jiménez.
<https://maternitybykarinjimenez.com/>
- Mendoza, A. (2021). Evolución de las Preferencias del Consumidor en el Mercado de Ropa de Lujo en Colombia. *Journal of Luxury Goods*, 5(1), 78-91.
- Mendoza, A. (2022). Tendencias del Mercado de Moda para Embarazadas en Colombia. *Journal of Emerging Enterprises*, 7(1), 78-91.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. (2024). Informe Anual del Sector Textil y de Confecciones.
- MUJERES y HOMBRES: BRECHAS DE GÉNERO EN COLOMBIA. (2022). DANE.<https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/genero/publicaciones/mujeres-y-hombre-brechas-de-genero-colombia-informe-2daEdicion>.
- Ohmamá Ropa de Maternidad. (s. f.). Ropa para Embarazadas Moderna, Cómoda y de Alta Calidad. <https://www.ohmama.com.co/>
- País, R. E. (2023, 25 noviembre). ¿Qué tan viable es que el salario mínimo sea de \$1.500.000 para 2024? *Noticias de Cali, Valle y Colombia - Periodico: Diario el País*.
<https://www.elpais.com.co/economia/que-tan-viable-es-que-el-salario-minimo-sea-de-1500000-para-2024-2500.html>
- Perkins, J., & Amos, R. (2023). *Strategic management of pricing and customer relations*. Wiley.
- Pregnancy and Birth. (2023). Comfortable sleep during pregnancy.
<https://www.pregnancybirthbaby.org.au/comfortable-sleep-during-pregnancy>
- ProColombia. (2023). Informe de Competitividad del Sector Textil en Colombia.
[ProColombia](https://www.procolombia.gov.co/).
- Ramírez, J. (2018). El Mercado de la Maternidad en Colombia: Oportunidades para Emprendedores. Editorial Empresarial, Bogotá

- Rodríguez, D., & Martínez, E. (2020). El impacto del comercio electrónico en el sector textil colombiano. *Revista de Economía Digital*, 12(3), 88-101.
- Ropa cómoda impulsa el crecimiento de la industria textil en Colombia. (s. f.). Portafolio.co. <https://www.portafolio.co/innovacion/ropa-comoda-impulsa-el-crecimiento-de-la-industria-textil-en-colombia-586798>
- Sánchez, P., & Gómez, R. (2023). "Impacto de las políticas gubernamentales en la industria de la moda en Colombia". *Journal of Business Studies*, 8(1), 78-92.
- Saunders, M. N., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Research methods for business students*. Pearson.
- Smith, J., & Johnson, A. (2021). "Tendencias de la Tasa de Natalidad en Estados Unidos: Un Análisis de la Década Pasada". *Revista de Estadísticas Demográficas*, 45(3), 102-115.
- Smith, J., Hall, M., & Page, K. (2020). *Pregnancy, childbirth, and the newborn: the complete guide*. Da Capo Lifelong Books.
- Smith, K., & Jones, L. (2023). *Comfort and Fashion: The New Trends in Maternity Wear*. *Journal of Modern Fashion*, 25(1), 67-82.
- Superintendencia de Sociedades. (2023). *Informe Estadístico: Nacimientos y Tendencias Demográficas en Colombia*.
- Tamaño de la muestra. Qué es y cómo calcularla. | QuestionPro. (s. f.). https://www.questionpro.com/es/tama%C3%B1o-de-la-muestra.html#calcular_muestra
- Taylor, C., & Clark, M. (2022). *Innovative features in maternity sleepwear*. *Journal of Textile Innovation*, 16(3), 67-79.
- Taylor, R., & Morgan, D. (2023). *Innovations in Maternity Wear: Meeting the Needs of the Modern Pregnant Woman*. *Fashion Innovation Journal*, 11(2), 42-56.
- Telefónicas, T.-. E. (2024, 13 abril). Cuántos habitantes tiene Colombia en 2024. Telencuestas. <https://telencuestas.com/censos-de-poblacion/colombia/2024>
- Textile World. (2023). *Innovation in textiles: Sustainable fabrics and designs*. Textile World. <https://www.textileworld.com/textile-world/2023/01/innovation-in-textiles-sustainable-fabrics-and-designs/>
- Vásquez, L. (2022). Tendencias del Mercado de Productos de Lujo en Colombia. *Revista de Economía y Negocios*, 10(2), 45-58.
- Vogue Business. (2023). *Consumer Trends Report: The shifting priorities of fashion shoppers*. voguebusiness.com

- World Economic Forum. (2023). *Regulations and standards in the textile industry*. [weforum.org](https://www.weforum.org)
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods*. Sage

11. ANEXOS

11.1. ANEXO A. Financiamiento del préstamo a Bancoldex

VENCTO	AMORTIZACION	INTERESES	CUOTA	SALDO	VENCTO	AMORTIZACION	INTERESES	CUOTA	SALDO
14/07/2024	2.333.333	1.869.000	4.202.333	137.666.667	14/01/2027	2.333.333	934.500	3.267.833	67.666.667
14/08/2024	2.333.333	1.837.850	4.171.183	135.333.333	14/02/2027	2.333.333	903.350	3.236.683	65.333.333
14/09/2024	2.333.333	1.806.700	4.140.033	133.000.000	14/03/2027	2.333.333	872.200	3.205.533	63.000.000
14/10/2024	2.333.333	1.775.550	4.108.883	130.666.667	14/04/2027	2.333.333	841.050	3.174.383	60.666.667
14/11/2024	2.333.333	1.744.400	4.077.733	128.333.333	14/05/2027	2.333.333	809.900	3.143.233	58.333.333
14/12/2024	2.333.333	1.713.250	4.046.583	126.000.000	14/06/2027	2.333.333	778.750	3.112.083	56.000.000
14/01/2025	2.333.333	1.682.100	4.015.433	123.666.667	14/07/2027	2.333.333	747.600	3.080.933	53.666.667
14/02/2025	2.333.333	1.650.950	3.984.283	121.333.333	14/08/2027	2.333.333	716.450	3.049.783	51.333.333
14/03/2025	2.333.333	1.619.800	3.953.133	119.000.000	14/09/2027	2.333.333	685.300	3.018.633	49.000.000
14/04/2025	2.333.333	1.588.650	3.921.983	116.666.667	14/10/2027	2.333.333	654.150	2.987.483	46.666.667
14/05/2025	2.333.333	1.557.500	3.890.833	114.333.333	14/11/2027	2.333.333	623.000	2.956.333	44.333.333
14/06/2025	2.333.333	1.526.350	3.859.683	112.000.000	14/12/2027	2.333.333	591.850	2.925.183	42.000.000
14/07/2025	2.333.333	1.495.200	3.828.533	109.666.667	14/01/2028	2.333.333	560.700	2.894.033	39.666.667
14/08/2025	2.333.333	1.464.050	3.797.383	107.333.333	14/02/2028	2.333.333	529.550	2.862.883	37.333.333

14/09/2025	2.333.333	1.432.900	3.766.233	105.000.000	14/03/2028	2.333.333	498.400	2.831.733	35.000.000
14/10/2025	2.333.333	1.401.750	3.735.083	102.666.667	14/04/2028	2.333.333	467.250	2.800.583	32.666.667
14/11/2025	2.333.333	1.370.600	3.703.933	100.333.333	14/05/2028	2.333.333	436.100	2.769.433	30.333.333
14/12/2025	2.333.333	1.339.450	3.672.783	98.000.000	14/06/2028	2.333.333	404.950	2.738.283	28.000.000
14/01/2026	2.333.333	1.308.300	3.641.633	95.666.667	14/07/2028	2.333.333	373.800	2.707.133	25.666.667
14/02/2026	2.333.333	1.277.150	3.610.483	93.333.333	14/08/2028	2.333.333	342.650	2.675.983	23.333.333
14/03/2026	2.333.333	1.246.000	3.579.333	91.000.000	14/09/2028	2.333.333	311.500	2.644.833	21.000.000
14/04/2026	2.333.333	1.214.850	3.548.183	88.666.667	14/10/2028	2.333.333	280.350	2.613.683	18.666.667
14/05/2026	2.333.333	1.183.700	3.517.033	86.333.333	14/11/2028	2.333.333	249.200	2.582.533	16.333.333
14/06/2026	2.333.333	1.152.550	3.485.883	84.000.000	14/12/2028	2.333.333	218.050	2.551.383	14.000.000
14/07/2026	2.333.333	1.121.400	3.454.733	81.666.667	14/01/2029	2.333.333	186.900	2.520.233	11.666.667
14/08/2026	2.333.333	1.090.250	3.423.583	79.333.333	14/02/2029	2.333.333	155.750	2.489.083	9.333.333
14/09/2026	2.333.333	1.059.100	3.392.433	77.000.000	14/03/2029	2.333.333	124.600	2.457.933	7.000.000
14/10/2026	2.333.333	1.027.950	3.361.283	74.666.667	14/04/2029	2.333.333	93.450	2.426.783	4.666.667
14/11/2026	2.333.333	996.800	3.330.133	72.333.333	14/05/2029	2.333.333	62.300	2.395.633	2.333.333
14/12/2026	2.333.333	965.650	3.298.983	70.000.000	14/06/2029	2.333.333	31.150	2.364.483	0

Nota. Elaboración propia basada en la simulación de crédito BancoldeX

11.2. ANEXO B.

11.2.1. B.1. Presupuesto general del costo pijamas Boréal

Rubros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima Directa	\$103.267.382	\$109.050.356	\$113.739.521	\$117.834.144	\$121.604.836
Mano de Obra Directa	\$32.098.176	\$34.443.812	\$37.036.357	\$38.764.721	\$40.986.902
Total de Costos Primos	\$135.365.559	\$143.494.168	\$150.775.878	\$156.598.864	\$162.591.738
Materia Prima Indirecta	\$3873905	\$4.090.843	\$4.266.750	\$4.420.353	\$4.561.804
Mano de obra Indirecta	\$29.037.005	\$31.158.940	\$33.504.237	\$35.067.768	\$37.078.022
Servicios básicos area producción	\$116.834	\$123.377	\$128.682	\$133.315	\$137.581
Suministros de oficina de producción	\$450685	\$475.923	\$496.388	\$514.258	\$530.714
Indumentaria de producción	\$158700	\$167.587	\$174.793	\$181.086	\$186.881
Útiles de limpieza de producción	\$188247	\$198.789	\$207.337	\$214.801	\$221.674
Depreciación de maquinaria y equipo	\$686619	\$686619	\$686619	\$686619	\$686619
Depreciación de herramientas y utensilios	\$378489	\$378489	\$378489	\$378489	\$378489
Depreciación de muebles de producción	\$531008	\$531008	\$531008	\$531008	\$531008
Depreciación de equipo de oficina produc	\$40562	\$40562	\$40562	\$40562	\$40562
Total de Gastos Indirectos de Fabricación	\$35.462.054	\$37.852.138	\$40.414.865	\$42.168.258	\$44.353.354
Total del costo de producción	\$170.827.613	\$181.346.306	\$191.190.743	\$198.767.123	\$206.945.093
Arriendo de Taller	\$15.180.000	\$16.030.080	\$16.719.373	\$17.321.271	\$17.875.552
Servicios básicos de área administrativa	\$672408	\$710.063	\$740.595	\$767.257	\$791.809
Suministros de oficina de administración	\$91770	\$96.909	\$101.076	\$104.715	\$108.066
Indumentaria para el personal administración	\$89700	\$94.723	\$98.796	\$102.353	\$105.628
Útiles de limpieza de administración	\$177753	\$187.707	\$195.779	\$202.827	\$209.317
Depreciación de muebles área administrativa	\$126058	\$126058	\$126058	\$126058	\$126058
Depreciación de equipo de oficina Admon	\$8259	\$8259	\$8259	\$8259	\$8259
Amortización de activos diferidos	\$349416	\$349416	\$349416	\$349416	\$349416
Total de Gastos de Administración	\$16.695.364	\$17.603.216	\$18.339.353	\$18.982.156	\$19.574.105
Arriendo de local	\$23.460.000	\$24.773.760	\$25.839.032	\$26.769.237	\$27.625.852
Servicios básicos del punto de ventas	\$288023	\$304.152	\$317.230	\$328.651	\$339.167
Suministros de oficina de ventas	\$114299	\$120.699	\$125.889	\$130.421	\$134.595
Indumentaria para el personal ventas	\$108100	\$114.154	\$119.062	\$123.348	\$127.296
Útiles de limpieza de ventas	\$327915	\$346.278	\$361.168	\$374.170	\$386.143
Marketing	\$1.042.590	\$1.100.975	\$1.148.317	\$1.189.656	\$1.227.725
Depreciación de muebles punto de ventas	\$161746	\$161746	\$161746	\$161746	\$161746
Depreciación de equipo oficina punto de ventas	\$10287	\$10287	\$10287	\$10287	\$10287
Total de gastos de venta	\$25.512.959	\$26.932.051	\$28.082.731	\$29.087.517	\$30.012.812
Interés por préstamo	\$4.685.583	\$3.653.895	\$2.622.207	\$1.590.519	\$558.831
Total de gastos financieros	\$4.685.583	\$3.653.895	\$2.622.207	\$1.590.519	\$558.831
Total Costo Operacional	\$46.893.906	\$48.189.161	\$49.044.292	\$49.660.191	\$50.145.748
Total del Costo	\$217.721.519	\$229.535.467	\$240.235.035	\$248.427.314	\$257.090.841

11.2.2. B.2. Presupuesto general del costo pijamas Nuage

Rubros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima Directa	\$65.631.384	\$69.306.742	\$72.286.931	\$74.889.261	\$77.285.717
Mano de Obra Directa	\$27.911.458	\$29.951.141	\$32.205.528	\$33.708.453	\$35.640.784
Total de Costos Primos	\$93.542.842	\$99.257.883	\$104.492.459	\$108.597.714	\$112.926.502
Materia Prima Indirecta	\$3059431	\$3.230.759	\$3.369.682	\$3.490.990	\$3.602.702
Mano de obra Indirecta	\$25.249.570	\$27.094.730	\$29.134.119	\$30.493.711	\$32.241.758
Servicios básicos area producción	\$1.219.142	\$1.287.414	\$1.342.773	\$1.391.113	\$1.435.629
Suministros de oficina de producción	\$391900	\$413.846	\$431.642	\$447.181	\$461.491
Indumentaria de producción	\$138000	\$145.728	\$151.994	\$157.466	\$162.505
Útiles de limpieza de producción	\$163693	\$172.860	\$180.293	\$186.783	\$192.760
Depreciación de maquinaria y equipo	\$597060	\$597060	\$597060	\$597060	\$597060
Depreciación de herramientas y utensilios	\$329121	\$329121	\$329121	\$329121	\$329121
Depreciación de muebles de producción	\$461746	\$461746	\$461746	\$461746	\$461746
Depreciación de equipo de oficina Produc	\$35271	\$35271	\$35271	\$35271	\$35271
Total de Gastos Indirectos de Fabricación	\$31.644.934	\$33.768.536	\$36.033.701	\$37.590.443	\$39.520.043
Total del costo de producción	\$125.187.776	\$133.026.419	\$140.526.160	\$146.188.156	\$152.446.544
Arriendo de Taller	\$13.200.000	\$13.939.200	\$14.538.586	\$15.061.975	\$15.543.958
Servicios básicos de area administrativa	\$584702	\$617.446	\$643.996	\$667.180	\$688.530
Suministros de oficina de administración	\$79800	\$84.269	\$87.892	\$91.056	\$93.970
Indumentaria para el personal administración	\$78000	\$82.368	\$85.910	\$89.003	\$91.851
Útiles de limpieza de administración	\$154568	\$163.224	\$170.242	\$176.371	\$182.015
Depreciación de muebles area administrativa	\$109616	\$109616	\$109616	\$109616	\$109616
Depreciación de equipo de oficina Admon	\$7182	\$7182	\$7182	\$7182	\$7182
Amortización de activos diferidos	\$303840	\$303840	\$303840	\$303840	\$303840
Total de Gastos de Administración	\$14.517.708	\$15.307.144	\$15.947.264	\$16.506.222	\$17.020.961
Arriendo de local	\$20.400.000	\$21.542.400	\$22.468.723	\$23.277.597	\$24.022.480
Servicios básicos del punto de ventas	\$250454	\$264.480	\$275.852	\$285.783	\$294.928
Suministros de oficina de ventas	\$99390	\$104.956	\$109.469	\$113.410	\$117.039
Indumentaria para el personal ventas	\$94000	\$99.264	\$103.532	\$107.260	\$110.692
Útiles de limpieza de ventas	\$285143	\$301.111	\$314.059	\$325.365	\$335.777
Marketing	\$906.600	\$957.370	\$998.536	\$1.034.484	\$1.067.587
Depreciación de muebles punto de ventas	\$140649	\$140649	\$140649	\$140649	\$140649
Depreciación de equipo oficina punto de ventas	\$8945	\$8945	\$8945	\$8945	\$8945
Total de gastos de venta	\$22.185.182	\$23.419.175	\$24.419.767	\$25.293.493	\$26.098.097
Interés por préstamo	\$4.074.420	\$3.177.300	\$2.280.180	\$1.383.060	\$485.940
Total de gastos financieros	\$4.074.420	\$3.177.300	\$2.280.180	\$1.383.060	\$485.940
Total Costo Operacional	\$40.777.310	\$41.903.618	\$42.647.210	\$43.182.775	\$43.604.998
Total del Costo	\$165.965.085	\$174.930.037	\$183.173.370	\$189.370.931	\$196.051.543

11.2.3. B.3. Presupuesto general del costo pijamas *Eclair*

Rubros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima Directa	\$38.545.416	\$40.703.959	\$42.454.230	\$43.982.582	\$45.390.024
Mano de Obra Directa	\$16.746.875	\$17.970.685	\$19.323.317	\$20.225.072	\$21.384.471
Total de Costos Primos	\$55.292.291	\$58.674.644	\$61.777.546	\$64.207.653	\$66.774.495
Materia Prima Indirecta	\$1796809	\$1.897.430	\$1.979.019	\$2.050.264	\$2.115.873
Mano de obra Indirecta	\$15.149.742	\$16.256.838	\$17.480.471	\$18.296.227	\$19.345.055
Servicios básicos area producción	\$731.485	\$772.449	\$805.664	\$834.668	\$861.377
Suministros de oficina de producción	\$235140	\$248.308	\$258.985	\$268.309	\$276.894
Indumentaria de producción	\$82800	\$87.437	\$91.197	\$94.480	\$97.503
Útiles de limpieza de producción	\$98216	\$103.716	\$108.176	\$112.070	\$115.656
Depreciación de maquinaria y equipo	\$358236	\$358236	\$358236	\$358236	\$358236
Depreciación de herramientas y utensilios	\$197473	\$197473	\$197473	\$197473	\$197473
Depreciación de muebles de producción	\$277048	\$277048	\$277048	\$277048	\$277048
Depreciación de equipo de oficina Produc	\$21163	\$21163	\$21163	\$21163	\$21163
Total de Gastos Indirectos de Fabricación	\$18.948.111	\$20.220.096	\$21.577.431	\$22.509.936	\$23.666.277
Total del costo de producción	\$74.240.401	\$78.894.740	\$83.354.977	\$86.717.589	\$90.440.772
Arriendo de Taller	\$7.920.000	\$8.363.520	\$8.723.151	\$9.037.185	\$9.326.375
Servicios básicos de area administrativa	\$350821	\$370.467	\$386.398	\$400.308	\$413.118
Suministros de oficina de administración	\$47880	\$50.561	\$52.735	\$54.634	\$56.382
Indumentaria para el personal administración	\$46800	\$49.421	\$51.546	\$53.402	\$55.110
Útiles de limpieza de administración	\$92741	\$97.934	\$102.145	\$105.823	\$109.209
Depreciación de muebles area administrativa	\$65769	\$65769	\$65769	\$65769	\$65769
Depreciación de equipo de oficina Admon	\$4309	\$4309	\$4309	\$4309	\$4309
Amortización de activos diferidos	\$182304	\$182304	\$182304	\$182304	\$182304
Total de Gastos de Administración	\$8.710.625	\$9.184.286	\$9.568.358	\$9.903.733	\$10.212.577
Arriendo de local	\$12.240.000	\$12.925.440	\$13.481.234	\$13.966.558	\$14.413.488
Servicios básicos del punto de ventas	\$150273	\$158.688	\$165.511	\$171.470	\$176.957
Suministros de oficina de ventas	\$59634	\$62.974	\$65.681	\$68.046	\$70.223
Indumentaria para el personal ventas	\$56400	\$59.558	\$62.119	\$64.356	\$66.415
Útiles de limpieza de ventas	\$171086	\$180.667	\$188.435	\$195.219	\$201.466
Marketing	\$543.960	\$574.422	\$599.122	\$620.690	\$640.552
Depreciación de muebles punto de ventas	\$84389	\$84389	\$84389	\$84389	\$84389
Depreciación de equipo oficina punto de ventas	\$5367	\$5367	\$5367	\$5367	\$5367
Total de gastos de venta	\$13.311.109	\$14.051.505	\$14.651.860	\$15.176.096	\$15.658.858
Interés por préstamo	\$2.444.652	\$1.906.380	\$1.368.108	\$829.836	\$291.564
Total de gastos financieros	\$2.444.652	\$1.906.380	\$1.368.108	\$829.836	\$291.564
Total Costo Operacional	\$24.466.386	\$25.142.171	\$25.588.326	\$25.909.665	\$26.162.999
Total del Costo	\$98.706.787	\$104.036.911	\$108.943.303	\$112.627.254	\$116.603.771

11.2.4. B.4. Presupuesto general del costo pijamas *Etoile Rosé*

Rubros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima Directa	\$33.467.273	\$35.341.440	\$36.861.122	\$38.188.122	\$39.410.142
Mano de Obra Directa	\$13.955.729	\$14.975.571	\$16.102.764	\$16.854.226	\$17.820.392
Total de Costos Primos	\$47.423.002	\$50.317.011	\$52.963.886	\$55.042.349	\$57.230.534
Materia Prima Indirecta	\$3120750	\$3.295.512	\$3.437.219	\$3.560.959	\$3.674.910
Mano de obra Indirecta	\$12.624.785	\$13.547.365	\$14.567.059	\$15.246.855	\$16.120.879
Servicios básicos area producción	\$609.571	\$643.707	\$671.387	\$695.557	\$717.814
Suministros de oficina de producción	\$195950	\$206.923	\$215.821	\$223.590	\$230.745
Indumentaria de producción	\$69000	\$72.864	\$75.997	\$78.733	\$81.253
Útiles de limpieza de producción	\$81847	\$86.430	\$90.146	\$93.392	\$96.380
Depreciación de maquinaria y equipo	\$298530	\$298530	\$298530	\$298530	\$298530
Depreciación de herramientas y utensilios	\$164561	\$164561	\$164561	\$164561	\$164561
Depreciación de muebles de producción	\$230873	\$230873	\$230873	\$230873	\$230873
Depreciación de equipo de oficina de producción	\$17636	\$17636	\$17636	\$17636	\$17636
Total de Gastos Indirectos de Fabricación	\$17.413.502	\$18.564.401	\$19.769.229	\$20.610.685	\$21.633.580
Total del costo de producción	\$64.836.503	\$68.881.411	\$72.733.115	\$75.653.034	\$78.864.115
Arriendo de Taller	\$6.600.000	\$6.969.600	\$7.269.293	\$7.530.987	\$7.771.979
Servicios básicos de area administrativa	\$292351	\$308.723	\$321.998	\$333.590	\$344.265
Suministros de oficina de administración	\$39900	\$42.134	\$43.946	\$45.528	\$46.985
Indumentaria para el personal administración	\$39000	\$41.184	\$42.955	\$44.501	\$45.925
Útiles de limpieza de administración	\$77284	\$81.612	\$85.121	\$88.185	\$91.007
Depreciación de muebles area administrativa	\$54808	\$54808	\$54808	\$54808	\$54808
Depreciación de equipo de oficina Admon	\$3591	\$3591	\$3591	\$3591	\$3591
Amortización de activos diferidos	\$151920	\$151920	\$151920	\$151920	\$151920
Total de Gastos de Administración	\$7.258.854	\$7.653.572	\$7.973.632	\$8.253.111	\$8.510.480
Arriendo de local	\$10.200.000	\$10.771.200	\$11.234.362	\$11.638.799	\$12.011.240
Servicios básicos del punto de ventas	\$125227	\$132.240	\$137.926	\$142.892	\$147.464
Suministros de oficina de ventas	\$49695	\$52.478	\$54.734	\$56.705	\$58.519
Indumentaria para el personal ventas	\$47000	\$49.632	\$51.766	\$53.630	\$55.346
Útiles de limpieza de ventas	\$142572	\$150.556	\$157.030	\$162.683	\$167.888
Marketing	\$453.300	\$478.685	\$499.268	\$517.242	\$533.794
Depreciación de muebles punto de ventas	\$70324	\$70324	\$70324	\$70324	\$70324
Depreciación de equipo oficina punto de ventas	\$4473	\$4473	\$4473	\$4473	\$4473
Total de gastos de venta	\$11.092.591	\$11.709.587	\$12.209.883	\$12.646.746	\$13.049.049
Gastos Financieros					
Interés por préstamo	\$2.037.210	\$1.588.650	\$1.140.090	\$691.530	\$242.970
Total de gastos financieros	\$2.037.210	\$1.588.650	\$1.140.090	\$691.530	\$242.970
Total Costo Operacional	\$20.388.655	\$20.951.809	\$21.323.605	\$21.591.387	\$21.802.499
Total del Costo	\$85.225.158	\$89.833.221	\$94.056.720	\$97.244.422	\$100.666.614

11.2.5. B.5. Presupuesto general del costo pijamas *Etoile Vert*

Rubros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima Directa	\$17.705.927	\$18.697.459	\$19.501.450	\$20.203.502	\$20.850.014
Mano de Obra Directa	\$6.977.864	\$7.487.785	\$8.051.382	\$8.427.113	\$8.910.196
Total de Costos Primos	\$24.683.792	\$26.185.244	\$27.552.832	\$28.630.615	\$29.760.210
Materia Prima Indirecta	\$1651039	\$1.743.497	\$1.818.468	\$1.883.933	\$1.944.218
Mano de obra Indirecta	\$6.312.392	\$6.773.683	\$7.283.530	\$7.623.428	\$8.060.440
Servicios básicos area producción	\$304.786	\$321.854	\$335.693	\$347.778	\$358.907
Suministros de oficina de producción	\$97975	\$103.462	\$107.910	\$111.795	\$115.373
Indumentaria de producción	\$34500	\$36.432	\$37.999	\$39.367	\$40.626
Útiles de limpieza de producción	\$40923	\$43.215	\$45.073	\$46.696	\$48.190
Depreciación de maquinaria y equipo	\$149265	\$149265	\$149265	\$149265	\$149265
Depreciación de herramientas y utensilios	\$82280	\$82280	\$82280	\$82280	\$82280
Depreciación de muebles de producción	\$115437	\$115437	\$115437	\$115437	\$115437
Depreciación de equipo de oficina de producción	\$8818	\$8818	\$8818	\$8818	\$8818
Total de Gastos Indirectos de Fabricación	\$8.797.415	\$9.377.942	\$9.984.472	\$10.408.796	\$10.923.554
Total del costo de producción	\$33.481.207	\$35.563.186	\$37.537.304	\$39.039.411	\$40.683.764
Arriendo de Taller	\$3.300.000	\$3.484.800	\$3.634.646	\$3.765.494	\$3.885.989
Servicios básicos de area administrativa	\$146176	\$154.361	\$160.999	\$166.795	\$172.132
Suministros de oficina de administración	\$19950	\$21.067	\$21.973	\$22.764	\$23.493
Indumentaria para el personal administración	\$19500	\$20.592	\$21.477	\$22.251	\$22.963
Útiles de limpieza de administración	\$38642	\$40.806	\$42.561	\$44.093	\$45.504
Depreciación de muebles area administrativa	\$27404	\$27404	\$27404	\$27404	\$27404
Depreciación de equipo de oficina Admon	\$1796	\$1796	\$1796	\$1796	\$1796
Amortización de activos diferidos	\$75960	\$75960	\$75960	\$75960	\$75960
Total de Gastos de Administración	\$3.629.427	\$3.826.786	\$3.986.816	\$4.126.556	\$4.255.240
Arriendo de local	\$5.100.000	\$5.385.600	\$5.617.181	\$5.819.399	\$6.005.620
Servicios básicos del punto de ventas	\$62614	\$66.120	\$68.963	\$71.446	\$73.732
Suministros de oficina de ventas	\$24848	\$26.239	\$27.367	\$28.352	\$29.260
Indumentaria para el personal ventas	\$23500	\$24.816	\$25.883	\$26.815	\$27.673
Útiles de limpieza de ventas	\$71286	\$75.278	\$78.515	\$81.341	\$83.944
Marketing	\$226.650	\$239.342	\$249.634	\$258.621	\$266.897
Depreciación de muebles punto de ventas	\$35162	\$35162	\$35162	\$35162	\$35162
Depreciación de equipo oficina punto de ventas	\$2236	\$2236	\$2236	\$2236	\$2236
Total de gastos de venta	\$5.546.295	\$5.854.794	\$6.104.942	\$6.323.373	\$6.524.524
Interés por préstamo	\$1.018.605	\$794.325	\$570.045	\$345.765	\$121.485
Total de gastos financieros	\$1.018.605	\$794.325	\$570.045	\$345.765	\$121.485
Total Costo Operacional	\$10.194.327	\$10.475.905	\$10.661.803	\$10.795.694	\$10.901.250
Total del Costo	\$43.675.534	\$46.039.091	\$48.199.107	\$49.835.105	\$51.585.013

11.3. ANEXO C.

11.3.1. C.1. Costos fijos y variables Boréal

RUBROS	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5					
Materia Prima Directa		\$103.267.382		\$109.050.356		\$113.739.521		\$117.834.144		\$121.604.836
Mano de Obra Directa		\$32.098.176		\$34.443.812		\$37.036.357		\$38.764.721		\$40.986.902
Materia Prima Indirecta		\$3873905		\$4.090.843		\$4.266.750		\$4.420.353		\$4.561.804
Mano de obra Indirecta	\$29.037.005		\$31.158.940		\$33.504.237		\$35.067.768		\$37.078.022	
Servicios básicos area producción		\$116.834		\$123.377	\$0	\$128.682	\$0	\$133.315	\$0	\$137.581
Suministros de oficina de producción	\$450685		\$475.923		\$496.388		\$514.258		\$530.714	
Indumentaria de producción	\$158700		\$167.587		\$174.793		\$181.086		\$186.881	
Útiles de limpieza de producción	\$188247		\$198.789		\$207.337		\$214.801		\$221.674	
Depreciación de maquinaria y equipo	\$686619		\$686619		\$686619		\$686619		\$686619	
Depreciación de herramientas y utensilios	\$378489		\$378489		\$378489		\$378489		\$378489	
Depreciación de muebles de producción	\$531008		\$531008		\$531008		\$531008		\$531008	
Depreciación de equipo de oficina de producción	\$40562		\$40562		\$40562		\$40562		\$40562	
Arriendo de Taller	\$15.180.000		\$16.030.080		\$16.719.373		\$17.321.271		\$17.875.552	
Servicios básicos de area administrativa	\$672408		\$710.063		\$740.595		\$767.257		\$791.809	
Suministros de oficina de administración	\$91770		\$96.909		\$101.076		\$104.715		\$108.066	
Indumentaria para el personal administración	\$89700		\$94.723		\$98.796		\$102.353		\$105.628	
Útiles de limpieza de administración	\$177753		\$187.707		\$195.779		\$202.827		\$209.317	
Depreciación de muebles area administrativa	\$126058		\$126058		\$126058		\$126058		\$126058	
Depreciación de equipo de oficina administrativos	\$8259		\$8259		\$8259		\$8259		\$8259	
Amortización de activos diferidos	\$349416		\$349416		\$349416		\$349416		\$349416	
Arriendo de local	\$23.460.000		\$24.773.760		\$25.839.032		\$26.769.237		\$27.625.852	
Servicios básicos del punto de ventas	\$288023		\$304.152		\$317.230		\$328.651		\$339.167	
Suministros de oficina de ventas	\$114299		\$120.699		\$125.889		\$130.421		\$134.595	
Indumentaria para el personal ventas	\$108100		\$114.154		\$119.062		\$123.348		\$127.296	
Útiles de limpieza de ventas	\$327915		\$346.278		\$361.168		\$374.170		\$386.143	
Marketing	\$1.042.590		\$1.100.975		\$1.148.317		\$1.189.656		\$1.227.725	
Depreciación de muebles punto de ventas	\$161746		\$161746		\$161746		\$161746		\$161746	
Depreciación de equipo oficina punto de ventas	\$10287		\$10287		\$10287		\$10287		\$10287	
Interés por préstamo	\$4.685.583		\$3.653.895		\$2.622.207		\$1.590.519		\$558.831	
Total	\$78.365.221	\$139.356.298	\$81.827.079	\$147.708.389	\$85.063.724	\$155.171.311	\$87.274.782	\$161.152.532	\$89.799.717	\$167.291.124
		\$217.721.519		\$229.535.467		\$240.235.035		\$248.427.314		\$257.090.841

11.3.2. C.2. Costos fijos y variables Nuage

RUBROS	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable
	Año 1	Año 2	Año 2	Año 3	Año 3	Año 4	Año 4	Año 5	Año 5	
Materia Prima Directa		\$65.631.384		\$69.306.742		\$72.286.931		\$74.889.261		\$77.285.717
Mano de Obra Directa		\$27.911.458		\$29.951.141		\$32.205.528		\$33.708.453		\$35.640.784
Materia Prima Indirecta		\$3059431		\$3.230.759		\$3.369.682		\$3.490.990		\$3.602.702
Mano de obra Indirecta	\$25.249.570		\$27.094.730		\$29.134.119		\$30.493.711		\$32.241.758	
Servicios básicos area producción		\$1.219.142		\$1.287.414		\$1.342.773		\$1.391.113		\$1.435.629
Suministros de oficina de producción	\$391900		\$413.846		\$431.642		\$447.181		\$461.491	
Indumentaria de producción	\$138000		\$145.728		\$151.994		\$157.466		\$162.505	
Útiles de limpieza de producción	\$163693		\$172.860		\$180.293		\$186.783		\$192.760	
Depreciación de maquinaria y equipo	\$597060		\$597060		\$597060		\$597060		\$597060	
Depreciación de herramientas y utensilios	\$329121		\$329121		\$329121		\$329121		\$329121	
Depreciación de muebles de producción	\$461746		\$461746		\$461746		\$461746		\$461746	
Depreciación de equipo de oficina de producción	\$35271		\$35271		\$35271		\$35271		\$35271	
Arriendo de Taller	\$13.200.000		\$13.939.200		\$14.538.586		\$15.061.975		\$15.543.958	
Servicios básicos de area administrativa	\$584702		\$617.446		\$643.996		\$667.180		\$688.530	
Suministros de oficina de administración	\$79800		\$84.269		\$87.892		\$91.056		\$93.970	
Indumentaria para el personal administración	\$78000		\$82.368		\$85.910		\$89.003		\$91.851	
Útiles de limpieza de administración	\$154568		\$163.224		\$170.242		\$176.371		\$182.015	
Depreciación de muebles area administrativa	\$109616		\$109616		\$109616		\$109616		\$109616	
Depreciación de equipo de oficina administrativos	\$7182		\$7182		\$7182		\$7182		\$7182	
Amortización de activos diferidos	\$303840		\$303840		\$303840		\$303840		\$303840	
Arriendo de local	\$20.400.000		\$21.542.400		\$22.468.723		\$23.277.597		\$24.022.480	
Servicios básicos del punto de ventas	\$250454		\$264.480		\$275.852		\$285.783		\$294.928	
Suministros de oficina de ventas	\$99390		\$104.956		\$109.469		\$113.410		\$117.039	
Indumentaria para el personal ventas	\$94000		\$99.264		\$103.532		\$107.260		\$110.692	
Útiles de limpieza de ventas	\$285143		\$301.111		\$314.059		\$325.365		\$335.777	
Marketing	\$906.600		\$957.370		\$998.536		\$1.034.484		\$1.067.587	
Depreciación de muebles punto de ventas	\$140649		\$140649		\$140649		\$140649		\$140649	
Depreciación de equipo oficina punto de ventas	\$8945		\$8945		\$8945		\$8945		\$8945	
Interés por préstamo	\$4.074.420		\$3.177.300		\$2.280.180		\$1.383.060		\$485.940	
Total	\$68.143.670	\$97.821.415	\$71.153.981	\$103.776.056	\$73.968.456	\$109.204.914	\$75.891.114	\$113.479.817	\$78.086.711	\$117.964.832
	\$165.965.085		\$174.930.037		\$183.173.370		\$189.370.931		\$196.051.543	

11.3.3. C.3. Costos fijos y variables Éclair

RUBROS	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable
	Año 1	Año 2	Año 2	Año 3	Año 3	Año 4	Año 4	Año 5	Año 5	
Materia Prima Directa		\$38.545.416		\$40.703.959		\$42.454.230		\$43.982.582		\$45.390.024
Mano de Obra Directa		\$16.746.875		\$17.970.685		\$19.323.317		\$20.225.072		\$21.384.471
Materia Prima Indirecta		\$1796809		\$1.897.430		\$1.979.019		\$2.050.264		\$2.115.873
Mano de obra Indirecta	\$15.149.742		\$16.256.838		\$17.480.471		\$18.296.227		\$19.345.055	
Servicios básicos area producción		\$731.485		\$772.449		\$805.664		\$834.668		\$861.377
Suministros de oficina de producción	\$235140		\$248.308		\$258.985		\$268.309		\$276.894	
Indumentaria de producción	\$82800		\$87.437		\$91.197		\$94.480		\$97.503	
Útiles de limpieza de producción	\$98216		\$103.716		\$108.176		\$112.070		\$115.656	
Depreciación de maquinaria y equipo	\$358236		\$358236		\$358236		\$358236		\$358236	
Depreciación de herramientas y utensilios	\$197473		\$197473		\$197473		\$197473		\$197473	
Depreciación de muebles de producción	\$277048		\$277048		\$277048		\$277048		\$277048	
Depreciación de equipo de oficina de producción	\$21163		\$21163		\$21163		\$21163		\$21163	
Arriendo de Taller	\$7.920.000		\$8.363.520		\$8.723.151		\$9.037.185		\$9.326.375	
Servicios básicos de area administrativa	\$350821		\$370.467		\$386.398		\$400.308		\$413.118	
Suministros de oficina de administración	\$47880		\$50.561		\$52.735		\$54.634		\$56.382	
Indumentaria para el personal administración	\$46800		\$49.421		\$51.546		\$53.402		\$55.110	
Útiles de limpieza de administración	\$92741		\$97.934		\$102.145		\$105.823		\$109.209	
Depreciación de muebles area administrativa	\$65769		\$65769		\$65769		\$65769		\$65769	
Depreciación de equipo de oficina administrativos	\$4309		\$4309		\$4309		\$4309		\$4309	
Amortización de activos diferidos	\$182304		\$182304		\$182304		\$182304		\$182304	
Arriendo de local	\$12.240.000		\$12.925.440		\$13.481.234		\$13.966.558		\$14.413.488	
Servicios básicos del punto de ventas	\$150273		\$158.688		\$165.511		\$171.470		\$176.957	
Suministros de oficina de ventas	\$59634		\$62.974		\$65.681		\$68.046		\$70.223	
Indumentaria para el personal ventas	\$56400		\$59.558		\$62.119		\$64.356		\$66.415	
Útiles de limpieza de ventas	\$171086		\$180.667		\$188.435		\$195.219		\$201.466	
Marketing	\$543.960		\$574.422		\$599.122		\$620.690		\$640.552	
Depreciación de muebles punto de ventas	\$84389		\$84389		\$84389		\$84389		\$84389	
Depreciación de equipo oficina punto de ventas	\$5367		\$5367		\$5367		\$5367		\$5367	
Interés por préstamo	\$2.444.652		\$1.906.380		\$1.368.108		\$829.836		\$291.564	
Total	\$40.886.202	\$57.820.585	\$42.692.389	\$61.344.522	\$44.381.074	\$64.562.230	\$45.534.669	\$67.092.585	\$46.852.026	\$69.751.745
		\$98.706.787		\$104.036.911		\$108.943.303		\$112.627.254		\$116.603.771

11.3.4. C.4. Costos fijos y variables Etoile Rosé

RUBROS	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima Directa		\$33.467.273		\$35.341.440		\$36.861.122		\$38.188.122		\$39.410.142
Mano de Obra Directa		\$13.955.729		\$14.975.571		\$16.102.764		\$16.854.226		\$17.820.392
Materia Prima Indirecta		\$3120750		\$3.295.512		\$3.437.219		\$3.560.959		\$3.674.910
Mano de obra Indirecta	\$12.624.785		\$13.547.365		\$14.567.059		\$15.246.855		\$16.120.879	
Servicios básicos area producción		\$609.571		\$643.707		\$671.387		\$695.557		\$717.814
Suministros de oficina de producción	\$195950		\$206.923		\$215.821		\$223.590		\$230.745	
Indumentaria de producción	\$69000		\$72.864		\$75.997		\$78.733		\$81.253	
Útiles de limpieza de producción	\$81847		\$86.430		\$90.146		\$93.392		\$96.380	
Depreciación de maquinaria y equipo	\$298530		\$298530		\$298530		\$298530		\$298530	
Depreciación de herramientas y utensilios	\$164561		\$164561		\$164561		\$164561		\$164561	
Depreciación de muebles de producción	\$230873		\$230873		\$230873		\$230873		\$230873	
Depreciación de equipo de oficina de producción	\$17636		\$17636		\$17636		\$17636		\$17636	
Arriendo de Taller	\$6.600.000		\$6.969.600		\$7.269.293		\$7.530.987		\$7.771.979	
Servicios básicos de area administrativa	\$292351		\$308.723		\$321.998		\$333.590		\$344.265	
Suministros de oficina de administración	\$39900		\$42.134		\$43.946		\$45.528		\$46.985	
Indumentaria para el personal administración	\$39000		\$41.184		\$42.955		\$44.501		\$45.925	
Útiles de limpieza de administración	\$77284		\$81.612		\$85.121		\$88.185		\$91.007	
Depreciación de muebles area administrativa	\$54808		\$54808		\$54808		\$54808		\$54808	
Depreciación de equipo de oficina administrativos	\$3591		\$3591		\$3591		\$3591		\$3591	
Amortización de activos diferidos	\$151920		\$151920		\$151920		\$151920		\$151920	
Arriendo de local	\$10.200.000		\$10.771.200		\$11.234.362		\$11.638.799		\$12.011.240	
Servicios básicos del punto de ventas	\$125227		\$132.240		\$137.926		\$142.892		\$147.464	
Suministros de oficina de ventas	\$49695		\$52.478		\$54.734		\$56.705		\$58.519	
Indumentaria para el personal ventas	\$47000		\$49.632		\$51.766		\$53.630		\$55.346	
Útiles de limpieza de ventas	\$142572		\$150.556		\$157.030		\$162.683		\$167.888	
Marketing	\$453.300		\$478.685		\$499.268		\$517.242		\$533.794	
Depreciación de muebles punto de ventas	\$70324		\$70324		\$70324		\$70324		\$70324	
Depreciación de equipo oficina punto de ventas	\$4473		\$4473		\$4473		\$4473		\$4473	
Interés por préstamo	\$2.037.210		\$1.588.650		\$1.140.090		\$691.530		\$242.970	
Total	\$34.071.835	\$51.153.323	\$35.576.991	\$54.256.230	\$36.984.228	\$57.072.492	\$37.945.557	\$59.298.864	\$39.043.355	\$61.623.259
	\$85.225.158		\$89.833.221		\$94.056.720		\$97.244.422		\$100.666.614	

11.3.5. C.5. Costos fijos y variables Etoile Vert

RUBROS	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable
	Año 1	Año 2	Año 2	Año 3	Año 3	Año 4	Año 4	Año 5	Año 5	
Materia Prima Directa		\$17.705.927		\$18.697.459		\$19.501.450		\$20.203.502		\$20.850.014
Mano de Obra Directa		\$6.977.864		\$7.487.785		\$8.051.382		\$8.427.113		\$8.910.196
Materia Prima Indirecta		\$1651039		\$1.743.497		\$1.818.468		\$1.883.933		\$1.944.218
Mano de obra Indirecta	\$6.312.392		\$6.773.683		\$7.283.530		\$7.623.428		\$8.060.440	
Servicios básicos area producción		\$304.786		\$321.854		\$335.693		\$347.778		\$358.907
Suministros de oficina de producción	\$97975		\$103.462		\$107.910		\$111.795		\$115.373	
Indumentaria de producción	\$34500		\$36.432		\$37.999		\$39.367		\$40.626	
Útiles de limpieza de producción	\$40923		\$43.215		\$45.073		\$46.696		\$48.190	
Depreciación de maquinaria y equipo	\$149265		\$149265		\$149265		\$149265		\$149265	
Depreciación de herramientas y utensilios	\$82280		\$82280		\$82280		\$82280		\$82280	
Depreciación de muebles de producción	\$115437		\$115437		\$115437		\$115437		\$115437	
Depreciación de equipo de oficina de producción	\$8818		\$8818		\$8818		\$8818		\$8818	
Arriendo de Taller	\$3.300.000		\$3.484.800		\$3.634.646		\$3.765.494		\$3.885.989	
Servicios básicos de area administrativa	\$146176		\$154.361		\$160.999		\$166.795		\$172.132	
Suministros de oficina de administración	\$19950		\$21.067		\$21.973		\$22.764		\$23.493	
Indumentaria para el personal administración	\$19500		\$20.592		\$21.477		\$22.251		\$22.963	
Útiles de limpieza de administración	\$38642		\$40.806		\$42.561		\$44.093		\$45.504	
Depreciación de muebles area administrativa	\$27404		\$27404		\$27404		\$27404		\$27404	
Depreciación de equipo de oficina administrativos	\$1796		\$1796		\$1796		\$1796		\$1796	
Amortización de activos diferidos	\$75960		\$75960		\$75960		\$75960		\$75960	
Arriendo de local	\$5.100.000		\$5.385.600		\$5.617.181		\$5.819.399		\$6.005.620	
Servicios básicos del punto de ventas	\$62614		\$66.120		\$68.963		\$71.446		\$73.732	
Suministros de oficina de ventas	\$24848		\$26.239		\$27.367		\$28.352		\$29.260	
Indumentaria para el personal ventas	\$23500		\$24.816		\$25.883		\$26.815		\$27.673	
Útiles de limpieza de ventas	\$71286		\$75.278		\$78.515		\$81.341		\$83.944	
Marketing	\$226.650		\$239.342		\$249.634		\$258.621		\$266.897	
Depreciación de muebles punto de ventas	\$35162		\$35162		\$35162		\$35162		\$35162	
Depreciación de equipo oficina punto de ventas	\$2236		\$2236		\$2236		\$2236		\$2236	
Interés por préstamo	\$1.018.605		\$794.325		\$570.045		\$345.765		\$121.485	
Total	\$17.035.918	\$26.639.616	\$17.788.495	\$28.250.595	\$18.492.114	\$29.706.993	\$18.972.779	\$30.862.326	\$19.521.678	\$32.063.336
		\$43.675.534		\$46.039.091		\$48.199.107		\$49.835.105		\$51.585.013