



Unidad de Emprendimiento
y Liderazgo de la CUN

**EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DOTACIÓN DE
UNIFORMES DEL SECTOR SALUD EN LA ZONA NORTE DE BOGOTÁ**

Wilmar Eduardo Murcia Rangel

Eliana Castro

Corporación Unificada Nacional CUN

Escuela de Ciencias Administrativas

Profesional en Administración de Empresas

Bogotá, 2017



**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DOTACIÓN DE
UNIFORMES DEL SECTOR SALUD EN LA ZONA NORTE DE BOGOTÁ**

Opción de Grado III

Wilmar Eduardo Murcia Rangel

Eliana Castro

Tutor

Ing. Henry Martínez Vargas

Corporación Unificada Nacional CUN

Escuela de Ciencias Administrativas

Profesional en Administración de Empresas

Bogotá, 2017

Nota de Aceptación:

Firma del presidente del Jurado

Firma del Jurado



Tabla de contenido

Tabla de contenido	4
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
1.1 Descripción del Problema	10
1.2 Formulación del problema	10
1.3 Sistematización del problema	11
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	12
2.1. Objetivo general	12
2.2 Objetivos específicos	12
3. JUSTIFICACION	13
4. ESTUDIO NATURALEZA DEL PROYECTO	15
4.1. Lluvia de ideas	15
4.2. Justificación de la empresa	16
4.3. Nombre de la empresa	16
4.4. Tipo de empresa.	17
5. ESTUDIO DE MERCADO	18
5.1 Pentágono Comfort Health	18
5.1.1 Customer Development	18
5.1.2 Ciclo de Adopción	19
5.1.3 ¿Quién es nuestro cliente y usuario potencial?	21
5.1.4 ¿Qué necesidad tienen?	22
5.1.5 ¿Qué expectativas tienen sus usuarios cuando usan su producto?	22
5.1.6 ¿Qué espera que ocurra cuando se usa el producto?	22
5.1.7 ¿Qué productos está usando o contratando actualmente para suplir esa necesidad?	23
5.1.8 ¿Cuánto invierten en las soluciones actuales?	23
5.1.9 ¿A través de qué canales los adquiere?	24
5.1.10 ¿Qué tan grande es el grupo de personas que tiene esa necesidad?	24
5.2. Segmentación	25
5.3 Identificación de necesidades	25
5.4. Identificar beneficios y expectativas de resultados KPI's	26
5.5. Identificar las soluciones actuales.	26
5.6. Identificación de inconformidades y frustraciones	27
5.7. Identificar el mercado.	27
6. METODOLOGIA	28



6.1. Tipo de estudio	28
6.2. Método de estudio	28
6.3 Método de recolección de información	29
6.4 Fuentes de información	29
6.5. Población, universo y muestra	35
6.6 Desarrollo de la encuesta	36
6.6.1 Encuesta Usuario Final	37
6.6.2 Resultado final de la encuesta de Usuario	39
6.6.3 Encuesta Cliente	45
6.6.4 Resultado final de la encuesta de Cliente	47
6.7 Conclusiones generales de los resultados y viabilidad del mercado.	51
7. ANÁLISIS DE LAS 4 P DEL MARKETING (Precio, Promoción, Plaza, Producto)	52
7.1 Producto	52
7.1.1 Marca	53
7.1.2 Logo	53
7.1.3 Eslogan	53
7.1.4 Características principales del producto.	54
7.2 Precio	57
7.3 Promoción	58
7.4 Plaza	61
7.4.1 Ubicación de la empresa	61
7.4.2 Análisis de la industria.	63
7.4.3 Análisis de la Industria Textil y Confección	63
7.4.4 Tamaño del mercado	65
7.4.5 Participación de la Competencia en el Mercado	65
7.4.6 CONSUMO APARENTE	66
8. ESTUDIO ADMINISTRATIVO – PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	67
8.1. Objetivos de la empresa	67
8.2. MISIÓN	68
8.3. VISIÓN	69
8.4 MARCOS DE REFERENCIA	69
8.4.1 Marco teórico	69
8.4.2 Marco conceptual	80
8.4.3. Marco temporal	83
8.4.4 Marco espacial	83
8.4.5. DOFA	83



8.4.6. ANÁLISIS PESTEL	86
8.4.7. Cadena de Valor	87
8.4.8 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	88
9. IDENTIFICACIÓN DEL SECTOR SEGÚN EL CÓDIGO INTERNACIONAL INDUSTRIAL UNIFORME (CIU).	90
10. MARCO JURÍDICO O LEGAL	90
11. Administración de sueldos y salarios	91
12. ESTUDIO TÉCNICO	92
12.1 Características Organolépticas- Ficha Técnica	92
	93
	93
12.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN	94
12.3. DIAGRAMA DE PROCESOS	96
12.4. CARACTERISTICAS DE LA TECNOLOGIA	98
12.5. EQUIPOS E INSTALACIONES	99
12.6. MATERIA PRIMA	103
12.7 Capacidad instalada	109
12.8. MANEJO DE INVENTARIOS	110
12.9. Diseño y distribucion de la planta	110
12.10 Costos de Producción	111
CONCLUSIONES	117
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	119



INTRODUCCIÓN

El presente proyecto incorpora conceptos que hacen referencia a la creación de una empresa con ánimo de lucro dedicada al objeto social de confección de uniformes para el servicio de la salud por ende es importante estructurar la creación de dicho ente económico para determinar y organizar la planeación estratégica en la penetración del mercado.

En primer lugar para tomar la decisión de la actividad económica puesta en marcha, de acuerdo al objetivo del proyecto se indicará el proceso de elaboración de un estudio de las necesidades sociales actuales para brindar soluciones por medio de nuevos servicios o productos ya que fue necesario ejecutar un proceso creativo donde se debatió una lista de lluvia de ideas para la creación de la empresa; de acuerdo a este proceso se busca la viabilidad en mercado respaldado por una matriz DOFA para seleccionar la idea de negocio más oportuna y viable financieramente.

De acuerdo a la decisión tomada se trabajó en la idea de negocio implementando la justificación de su creación, la búsqueda de un nombre adecuado, descripción ubicación y tamaño de la empresa.

Dicho proyecto también pretende manifestar su estudio administrativo para la ejecución y el buen direccionamiento de su organización empresarial implementando misión, visión y objetivos generales que se entienden como bases fundamentales para lograr estabilidad y propósitos planteados en su inicio.

De acuerdo a los análisis competitivos se señalaron observaciones de consultas de las ventajas competitivas en el mercado que se generan en el entorno de la confección de uniformes para el servicio de la salud. Operativamente relacionado a los recursos



humanos se menciona la realización del organigrama. Funciones del proceso, captación del personal, reclutamiento, selección, contratación, inducción, administración de sueldos, evaluación del desempeño, relaciones del trabajo y marco legal de la compañía.



Finalizando la presentación del proyecto se muestra factores relacionados con el producto destacándose las 4 p de mercadeo (producto, precio, plaza y promoción) para poder así llegar al crecimiento de la empresa relacionadas con las 4 C del mercado (cliente, costo, comunicación y comodidad).



1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del Problema

Antecedentes: los uniformes exclusivos para trabajar en el sector salud deben tener varias mejoras para la conformidad del personal requerido, ya que es un derecho y una obligación de las instituciones que sus integrantes tengan uniformes para la prestación del servicio requerido.

Síntomas: actualmente se han incrementado las entidades que prestan el servicio de salud, se requiere abastecer cada una de las necesidades de acuerdo a su especialidad. No todas las empresas satisfacen las necesidades del cliente con respecto a la dotación de uniformes según el diseño, textura, talla, color y su entrega.

Pronóstico: los clientes no se sienten cómodos por que no se están cumpliendo los parámetros requeridos con respecto a los precios e innovaciones del producto.

Control de pronóstico: la elaboración de este tipo de prendas requiere de dedicación del empresario, utilizando materia prima de excelente calidad, acomodándose al presupuesto del cliente y satisfaciendo sus necesidades requeridas.

1.2 Formulación del problema

¿Cómo realizar un estudio de viabilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de dotación de uniformes para el sector salud en la zona Norte de Bogotá D.C. aplicando temas relacionados con la administración en mercadeo y producción?



1.3 Sistematización del problema

¿Cómo recolectar información para realizar un estudio de mercado?

¿Que elementos técnicos se requieren para la producción y comercialización de dotación de uniformes?



2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

2.1. Objetivo general

Realizar un estudio técnico y de mercadeo para determinar la viabilidad en la creación de una empresa productora y comercializadora de uniformes para el sector salud en la zona norte de Bogotá.

2.2 Objetivos específicos

Realizar un estudio de mercado para identificar las necesidades que se presentan en la dotación del personal del sector de la salud.

Aplicar conocimientos de la administración específicamente en el área de mercadeo y la producción de uniformes.

Fortalecer las habilidades investigativas y/o metodológicas a través de un estudio de viabilidad.

Identificar elementos que intervienen en el proceso de producción de dotación para el sector salud.



3. JUSTIFICACION

Al desarrollar esta idea de negocio enfocada a la creación de empresa, se pretende mejorar la calidad de vida de los investigadores, además contribuir al desarrollo económico del sector textil en la ciudad de Bogotá.

Este trabajo aporta a la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN), desarrollo investigativo con énfasis en temas relacionados con la administración, que a su vez sirva de material de apoyo a investigaciones futuras.

A los investigadores les permite optar por el título de Tecnólogo en Gestión Administrativa, de igual manera continuar el proyecto de manera práctica e investigativa hacia la creación de empresa, teniendo en cuenta el axioma institucional del emprendimiento.

Con esta investigación, se aplica de manera práctica los conocimientos adquiridos en el nivel tecnólogo, a través del estudio de viabilidad para la creación de una empresa que satisfaga las necesidades de un mercado definido.

Es importante hacer este estudio ya que se ha observado el crecimiento del sector de la confección ya que se considera una oportunidad de negocio, donde se puede desarrollar aspectos relacionados con la administración.



Debido al auge de las carreras universitarias que tienen que ver con el sector de la salud, se siente la necesidad de ofrecer productos y servicios que generen valor agregado en el sector con aspectos de ergonomía, calidad y servicio.



4. ESTUDIO NATURALEZA DEL PROYECTO

4.1. Lluvia de ideas

Idea de negocio para plaza de mercado

Guardería cerca de la plaza de mercado 20 de Julio ubicada en la UPZ 20 de Julio que corresponde a la localidad cuarta de San Cristóbal en la ciudad de Bogotá D.C. esta guardería prestará sus servicios todos los días, incluyendo los días sábados, domingos y festivos, en el horario diurno.

Idea de negocio para la producción y comercialización de café tostado y molido en sobres filtrantes en la ciudad de Bogotá

Mediante este proyecto se pretende ofrecer a los clientes un producto con exclusividad y variedad, de fácil uso e instantáneo el café tostado o molido en sobres

Idea de Estudio para la creación de una empresa de joyas.

Mediante este proyecto se pretende ofrecer una línea exclusiva de accesorios de mujer con productos innovadores y del agrado al sector femenino, se caracterizara por encontrar una tendencia nueva en colores, estilos, tamaños y modelos.

Idea de negocio de Mercado en la puerta de su casa por medio de plataforma virtual.

Esta es una propuesta de mercado, que tiene como finalidad ofrecerles a los consumidores una forma más asequible de adquirir sus productos de forma virtual, teniendo en cuenta que lo que se busca es mejorar la facilidad del cliente, por tal motivo se busca ofrecer una serie de artículos dispuestos a la atención del pedido.



Idea de negocio de Papel ecológico para impresora

La idea de implementar un como proyecto una impresora con papel ecológico, es una opción y gran posibilidad de buscar el bienestar ecológico, favoreciendo el reciclaje de papel en el mundo.

4.2. Justificación de la empresa

Después de un análisis detallado de cada una de las propuestas mencionadas por los investigadores, se seleccionó la idea de negocio para la creación de una empresa productora y comercializadora de uniformes para el sector salud, teniendo en cuenta que uno de los investigadores tiene buen conocimiento y acceso directo a la información en el área de la salud y de la confección.

Además se tiene disposición de tiempo y se cuenta con el permiso del ingreso a las instalaciones y al conocimiento del proceso. A futuro se pretende llevar a cabo el desarrollo de esta propuesta empresarial con el fin de satisfacer necesidades y generar beneficios a todos los participantes en el proyecto.

4.3. Nombre de la empresa

Para la selección del nombre de la empresa, se tuvo en cuenta criterios del área al que se pretende dirigir el producto que se va a manejar, El nombre escogido fue **Comfort Health**, con el cual se pretende dar una tendencia de elegancia y marketing al proceso empresarial que se va a realizar, teniendo en cuenta que se dio un

Énfasis en palabras de otro idioma al español como el inglés “Comfort” Comodidad y health “salud” “Comodidad para la salud”.



Comfort: Comodidad

Health: salud

4.4. Tipo de empresa.

Comfort Health será una empresa de tipo industrial ya que su lineamiento es producir y comercializar uniformes para el sector salud.

Tabla No 1. Datos de Socios

NOMBRE SOCIOS	DOCUMENTO
Wilmar Eduardo Murcia Rangel	1110473956
Eliana Castro	1024506827

Naturaleza: **Empresa Unipersonal (E.U)**

El tamaño de nuestra empresa es pequeño, ya que no requiere de tanta capacidad tecnológica, potencial humano e inversión de capital.

La forma jurídica de nuestra empresa se define como empresa Unipersonal. La **empresa unipersonal** es aquella por la cual una persona ya sea natural o jurídica, destina parte de



sus activos para crear una **empresa** de único propietario, la persona natural destina parte de su patrimonio personal para la creación de esta. **(EAFIT, 2006)**

La razón social debe ir acompañada de la sigla EU (Empresa unipersonal)

5. ESTUDIO DE MERCADO

5.1 Pentágono Comfort Health

5.1.1 Customer Development

1. Identificación de la oportunidad del mercado

Durante el proceso de investigación de mercado para el producto de Comfort Health se pueden obtener las siguientes respuestas a las preguntas claves del mercado potencial que se quiere penetrar:

¿El producto o servicio que ofrecemos suple Necesidades o supera las soluciones existentes?

Comfort Health es un producto revolucionario que busca satisfacer la necesidad de todos los funcionarios del sector salud. Se determina que los uniformes de Comfort Health por diseños, alta calidad y accesibilidad es un producto con grandes oportunidades en un mercado que crece exponencialmente cada año.

¿Habrá suficientes personas que compren el producto o servicio que se ofreceré?

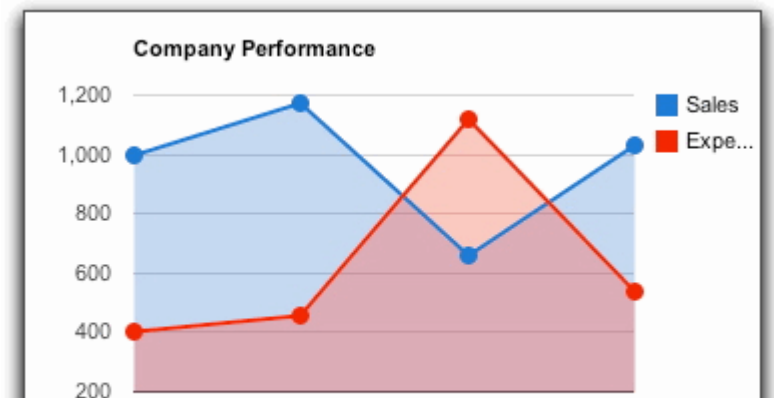


De acuerdo a estadísticas publicadas por el DANE, el sector salud representa en promedio el 7% del gasto total de PIB, lo que estima que los funcionarios del sector salud superan los 8 millones a nivel nacional.

Teniendo en cuenta que Comfort Health se ubica en Bogotá, se estima que la población (clientes potenciales) es de alrededor de un millón de personas incluyendo funcionarios, estudiantes y aprendices de todas las ramas.

5.1.2 Ciclo de Adopción

Gráfico 1. Ciclo de adopción



De acuerdo a la gráfica anterior se concluye que nuestros Adoptadores tempranos están categorizados así:

- Independientes
- Funcionarios Profesionales del sector privado
- Estudiantes de Instituciones de educación superior

1.1 Características de los Adaptadores Tempranos



Nuestros principales clientes tienen las siguientes características:

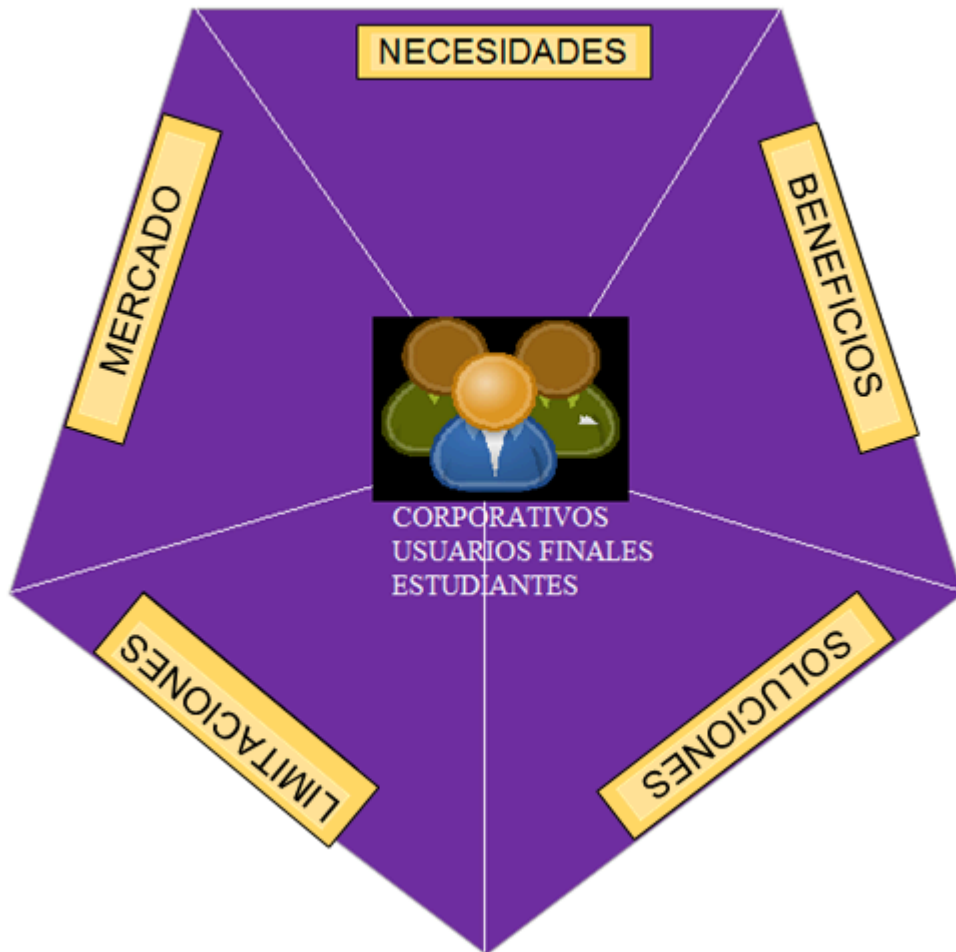
- Son funcionarios activos del gremio de la salud.
- Sus ingresos promedios son de \$1.200.000 en el área operativa.
- Está ubicados geográficamente dentro del área de cobertura de nuestra empresa.
- Hacen uso del producto durante jornadas que oscilan entre 8 y 12 horas diarias.

1.2 Encuentra oportunidades de negocio

- Durante la ejecución de la encuesta (Herramienta de recolección) se pudieron determinar datos importantes que lograron establecer las tendencias, gustos y preferencias de los clientes potenciales que pertenecen al segmento Usuarios Tempranos.

Construcción del Pentágono.

Gráfico 2. Pentágono Comfort Health



Para la construcción del pentágono de Comfort Health se plantean las siguientes respuestas a las interrogantes que se relacionan a continuación:

5.1.3 ¿Quién es nuestro cliente y usuario potencial?

El cliente de Comfort Health están son todos los funcionarios y estudiantes que están vinculados al sector salud en la ciudad de Bogotá ubicados en el zona centro y norte de la ciudad en las localidades de Chapinero, Teusaquillo y Usaquén.



5.1.4 ¿Qué necesidad tienen?

La necesidad a satisfacer es el diseño de uniformes para enfermeros, médicos, cirujanos, estudiantes de carreras afines a la salud y empresarios independientes del sector salud, que les permitan realizar sus actividades diarias de una manera cómoda, segura y que a su vez les permita tener una excelente presentación personal durante sus quehaceres profesionales.

5.1.5 ¿Qué expectativas tienen sus usuarios cuando usan su producto?

Las expectativas de nuestros clientes están fundamentadas en 3 aspectos encontrados durante la aplicación de la encuesta para el estudio y análisis del mercado:

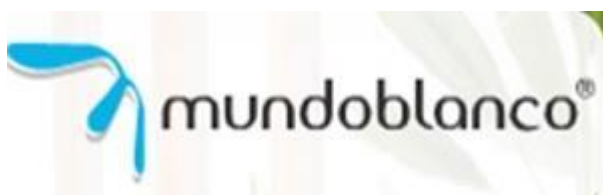
- Alta calidad y ciclo de vida del producto. En este atributo se logra determinar que los clientes de Comfort Health exigen que la calidad de insumos del producto terminado les genere confianza y comodidad al momento de vestir los uniformes
- Costos Accesibles. Los precios lanzados al mercado son muy competitivos teniendo en cuenta el análisis de precios del sector de confecciones.
- Innovación de Diseños. Las empresas del sector salud, buscan siempre el posicionamiento de marca del cual sus empleados son parte fundamental. El uso de uniformes con distintivos, cortes y diseños de vanguardia, permiten a Comfort Health cumplir a cabalidad con las exigencias del mercado.

5.1.6 ¿Qué espera que ocurra cuando se usa el producto?

La expectativa es generar un punto de partida sobre la innovación del uso de uniformes del sector salud, que vienen de diseños tradicionales a diseños de nuevo siglo que cumplan con los estándares internacionales y logren generar esa imagen corporativa revolucionaria que busca el sector.

5.1.7 ¿Qué productos está usando o contratando actualmente para suplir esa necesidad?

La competencia de Comfort Health, está conformada por dos empresas que tiene una gran trayectoria en el mercado textil de uniformes para el sector salud, estas son:



Estas dos compañías tienen trayectorías superiores a los 10 años en el diseño y comercialización de uniformes de todo tipo, aunque su principal línea de servicios es el sector salud.

5.1.8 ¿Cuánto invierten en las soluciones actuales?

Con base en los análisis extraídos de la encuesta de estudio de mercado, se concluye que los valores de los uniformes que más compran los clientes oscila entre



\$40.000 y los **\$80.000** pesos, lo cual se ajusta a los precios de venta proyectados para el año 1 de ejecución.

5.1.9 ¿A través de qué canales los adquiere?

Para la solución de este interrogante se partirán de dos características fundamentales de nuestros clientes corporativos potenciales; es la división de acuerdo a su sector económico, ya sea público o privado, empleado, estudiante o empresario, pues esto determina los canales por los cuales lograremos penetrar el mercado. Los canales identificados son los siguientes:

- Hospitales y Clínicas: Licitación o contratos directos entre comerciantes y la entidad.
- Usuario final: Dotaciones entregadas directamente por los empleadores.
- Estudiantes: Compra directa por parte del usuario final o contratos directos entre la Institución educativa y los productores de los uniformes.

5.1.10 ¿Qué tan grande es el grupo de personas que tiene esa necesidad?

El tamaño del mercado está clasificado en dos tipos de clientes el corporativo y el usuario final:

- Corporativo: Este sector está compuesto por más de 12 Clínicas, EPS's ubicadas en el sector de cobertura de nuestra empresa.
- Usuario final: Cada entidad de salud cuenta con plantas de personal superiores a 500 pleneados, lo que permitirá tener un aproximado de 5000 funcionarios
- El sector educativo es un sector en auge pues semestralmente en Instituciones de educación media y superior el número de nuevos estudiantes en promedio es de 900, siendo este un mercado permanente y de gran volumen.



5.2. Segmentación

El lugar escogido para la distribución del producto es en la ciudad de Bogotá sector norte. Debido a su gran diversidad en el comercio, debido a su gran diversidad en el comercio ya que cuenta con gran variedad en puntos directos para la distribución del producto, sin embargo, en la ciudad de Bogotá es un sector de un alto grado de competitividad muchas empresas y microempresas.

Se enfocan en trabajar en dotaciones para el servicio de salud y de acuerdo a estadísticas que se encuentran por cada localidad que la conforman algunos puntos de producción y de venta, sin embargo, después de un análisis detallado de los lugares comerciales dando así una referencia de localización de iniciar una segmentación en la zona norte de Bogotá donde se encuentra diferentes puntos de salud son permite su venta y distribución.

5.3 Identificación de necesidades

El sector salud desea tener prendas que cumplan con las siguientes características:

Tabla 2. Identificación de Necesidades

NECESIDAD	QUÉ BRINDA COMFORT HEALTH
Innovación	Diseños que sobresalen por sus modelos innovadores
Comodidad	Son productos que permiten movilidad, ajuste y seguridad.
Durabilidad	Son productos con vida útil de 1 año en perfectas condiciones de lavado descritas en las etiquetas
Precios accesibles	Precios competitivos que contrastan la calidad del producto



Todas las personas que son funcionarias activas y estudiantes en el sector salud tienen uniformes de baja calidad con bajos niveles de confort y satisfacción por parte del usuario final y empresarios.

5.4. Identificar beneficios y expectativas de resultados KPI's

Tabla 3. Indicadores KPI para la construcción del pentágono

EXPECTATIVA	QUÉ BRINDA COMFORT HEALTH
Elegancia	Nuestros uniformes brindan modelos que imponen moda, elegancia y profesionalismo a quien lo usa.
Diferencia	Somos diseñadores exclusivos y únicos para la confección de uniformes del sector de la salud.
Alta comodidad	Nuestra materia prima es seleccionada con el fin de asegurarle al usuario final total confort durante el uso de las prendas.

5.5. Identificar las soluciones actuales.

Tabla 4. Soluciones actuales de Comfort Health

SOLUCIONES ACTUALES	SITUACIÓN ACTUAL
Puntos distribuidores	Tenemos dos grandes marcas posicionadas en el mercado de las dotaciones de uniformes para la salud
Método de distribución	Medio para llegar a los usuarios finales
Baja oferta	Poca variedad de uniformes y con diseños tradicionales con poco valor agregado.



5.6. Identificación de inconformidades y frustraciones

Tabla 5. Niveles de satisfacción de los clientes potenciales

INSATISFACCIONES / FRUSTRACIONES	SITUACIÓN ACTUAL
Uniformes que no se ajustan al cuerpo	Diseños que están fuera de la tendencia de moda.
Modelos tradicionales sin ningún factor innovador	Modelos que se ajustan a las exigencias empresariales y normativas pero sin contenidos innovadores
Baja accesibilidad uniformes nuevos	Precios estándar donde no hay diferenciación por calidad de los productos

5.7. Identificar el mercado.

Tamaño del mercado.

El lugar escogido para la distribución del producto es en la ciudad de Bogotá sector norte. Debido a su gran diversidad en el comercio, debido a su gran diversidad en el comercio ya que cuenta con gran variedad en puntos directos para la distribución del producto, sin embargo, en la ciudad de Bogotá es un sector de un alto grado de competitividad muchas empresas y microempresas.



Se enfocan en trabajar en dotaciones para el servicio de salud y de acuerdo a estadísticas que se encuentran por cada localidad que la conforman algunos puntos de producción y de venta, sin embargo, después de un análisis detallado de los lugares comerciales dando así una referencia de localización de iniciar una segmentación en la zona norte de Bogotá donde se encuentra diferentes puntos de salud son permite su venta y distribución

6. METODOLOGIA

6.1. Tipo de estudio

Para conocer la demanda, se realizó una Investigación de Mercado, cuyo objetivo fue identificar las preferencias y formas de adquisición de uniformes para el personal de salud. Fue una investigación de tipo exploratoria, concluyente y descriptiva con estudio estadístico, a través de una encuesta donde se pretende manejar parámetros claves en este proyecto investigativo donde se tendrá en cuenta una visión más clara que permite desarrollar el estudio de las características demográficas, formas de conducta actitudes y comportamientos concretos.

La encuesta será el indicador para analizar y demostrar cuantas personas consumen el producto, que opinan de él, cuál es su satisfacción sus necesidades y preferencias, además se incluirá el estudio del estrato social posición económica y laboral

6.2. Método de estudio

De acuerdo con los objetivos propuestos en el desarrollo del trabajo la metodología de estudio adecuada será la de observación debido a que su función principal es percibir y conocer debilitadamente aspectos principales de los consumidores.



6.3 Método de recolección de información

Para la recolección de la información se utilizó una fuente primaria como lo es la encuesta estructurada de acuerdo a las necesidades de los consumidores, Se diseñó un formato dirigido a los posibles consumidores lo cual consta del objetivo y las instrucciones para contestar 8 preguntas con la cual se busca establecer la oportunidad del producto en el mercado y algunas características de este requerido por los consumidores.

6.4 Fuentes de información

Fuentes Primarias:

Para la recolección de la información establecerá una encuesta a personal de salud de entidades privadas ubicadas en la zona norte de Bogotá D.C y tendrá como objetivo recopilar información donde analizamos el mercado objetivo está dispuesto a comprar el producto,

Para la recolección de la información relativa a la oferta del producto y a la demanda futura de nuestro producto, se llevó a cabo la siguiente metodología:

- Diseño de formularios para recolección de información primaria.
- Recolección de información.
- Selección de la muestra.
- Diseño y validación de formularios para encuestas.
- Información secundaria.



- Procesamiento y Análisis

Fuentes Secundarias:

De acuerdo a nuestras encuestas hemos realizado el respectivo análisis en el cual se calcula la veracidad de las personas que demandan nuestro producto

ANALISIS DE LA INFORMACION

2.1 Fuentes primarias:

Para la recolección de la información establecerá una encuesta a personal de salud de entidades privadas ubicadas en la zona norte de Bogotá D.C y tendrá como objetivo recopilar información donde analizamos el mercado objetivo está dispuesto a comprar nuestro producto para esto se llevó a cabo la siguiente metodología:

- Diseño de formularios para recolección de información primaria.
- Recolección de información.
- Selección de la muestra.
- Diseño y validación de formularios para encuestas.
- Información secundaria.
- Procesamiento y Análisis

2.2. Fuentes secundarios



Estado Actual Del Sector Confecciones En Bogotá.

“Las actividades industriales con más establecimientos en Bogotá son confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel (CIIU 1810)” (Banco de la República, 2013, p. 177) Bogotá es el centro económico de Colombia, produce el 25,8% del PIB nacional, cercano a 142 billones de pesos, y presenta una tasa de crecimiento económico superior al promedio nacional. Según el último censo de establecimientos del DANE para el año 2005, Bogotá concentraba el 48,2% de los establecimientos de servicios, comercio e industrias del país (DANE, 2006) (Gaitán, 2013).

La capital colombiana posee una estructura productiva diversificada con propensión hacia las actividades terciarias, de hecho, estas representan el 59,3% del PIB de la capital en 2010. Asimismo, cuenta con la mayor proporción de habitantes de todo el país (16,7%) y registra cerca de 4,3 millones de personas económicamente activas, lo que garantiza mano de obra para desarrollar cualquier tipo de iniciativa económica (Secretaría Distrital de Desarrollo Económico-SDDE, 2012) (Gaitán, 2013).

Actualmente, la ciudad cuenta con un sistema de estratificación social obligatoria por ley utilizado para subsidios tarifarios cruzados en el pago de servicios públicos e impuestos.

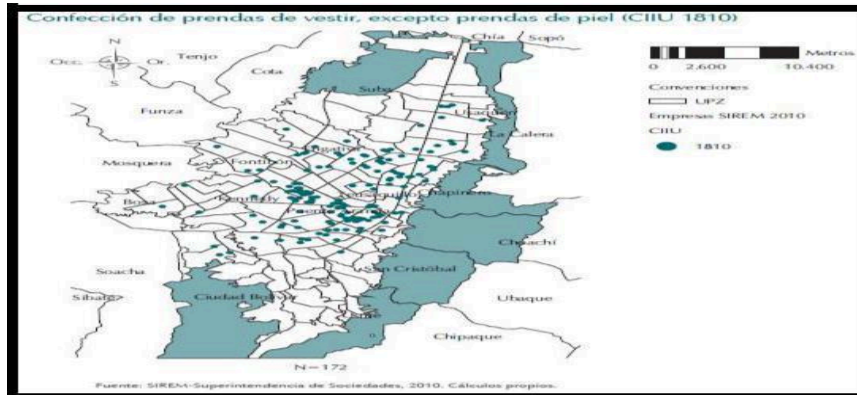
La población de mayores ingresos ha ocupado el norte de la ciudad, mientras que las personas de menores ingresos se han asentado hacia el sur, suroccidente y occidente de la ciudad. Según los datos de Catastro Distrital la ciudad cuenta con 2,2 millones de predios de los cuales 1,7 son unidades residenciales; es decir, el 77,1% de los inmuebles de la ciudad (Gaitán, 2013). La ciudad ha tenido una historia de desarrollo urbano desordenado, de hecho, solo hasta el año 2000 se adoptó el primer plan de ordenamiento territorial.

Este instrumento de planificación busca dar lineamientos generales de ordenamiento y uso del suelo urbano de la ciudad; sin embargo, la actividad económica de la ciudad históricamente y tradicionalmente se ha localizado en la zona denominada el centro



expandido. Esta área comprende el centro histórico, centro internacional, Chapinero y Chico. Según el último análisis de centralidades económicas realizado por la Secretaria Distrital de Planeación de Bogotá-SDP, esta zona concentra aproximadamente el 44% de los establecimientos de actividad económica de la ciudad (Secretaria Distrital de Planeación de Bogotá-SDP, 2011) (Gaitán, 2013).

Gráfico: No. 3. Confección de prendas de vestir en Bogotá (CIU 1810)



Fuente: <http://www.scielo.org.co/...spe/v31n70/v31n70a5m5.jpg>

El Sector 1810 de “Confección de prendas de vestir” presenta una mayor concentración respecto al sector 2529 “Fabricación de artículos de plástico”. Esta conglomeración tiene dos puntos de aglomeración, la primera, localizada en zonas industriales de la ciudad (Puente Aranda y Carvajal) y la segunda está concentrada en el eje vial de la calle 80 (Gaitán, 2013).

Actividad PYME

La encuesta anual manufacturera (EAM) DEL DANE del año de 2011 encuestó a 1.038 establecimientos del sector de confecciones. Entre éstos, un 21% eran microempresas, un 73% Pymes y un 6% grandes empresas. De esta manera, la producción bruta total del sector fue de \$4.5 billones (a precios constantes de 2006), lo que representó un incremento de 9% con respecto a 2010.

Perspectivas

Los empresarios del sector de confecciones se mostraron optimista respecto a la evolución de los negocios al cierre del primer semestre de 2012. El 39% de éstos consideró que el desempeño general sería favorable y sólo el 11% creyó que sería desfavorable. No obstante,



se observa que un porcentaje superior de la Pymes consultadas (20%) califica su situación en el futuro próximo como incierta (*Mercados PYME, 2012-2013*)

6.5. Población, universo y muestra

Según el autor Ciro Martínez la población es un conjunto de unidades y elementos que prestan una característica común, también considerada un conjunto de medidas.

La población considerada para el presente estudio está constituida por el gremio del personal asistencial de la salud en la ciudad de Bogotá sector Norte población a quien será dirigida directamente al servicio que se pretende ofrecer y se hizo un muestreo aleatorio simple.

La determinación del tamaño de la muestra de la empresa Comfort Health LTDA se tomó en cuenta una entidad promotora de salud en cuanto obtuvo información en el sector Zona Norte de Bogotá, realizó una investigación del personal de algunas de las entidades para establecer el número de población que invade este sector para determinar la muestra: el número establecido de la investigación que se llevó a cabo fue un promedio de 800 personas que trabajan en este sector.

Para calcular la muestra se ha determinado la siguiente fórmula:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

Desviación estándar de la población, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza equivale a 1,96

e = Error muestra

A continuación se hará la aplicación de la fórmula;

Se calcula:

$N = 800$

Desviación = 0.5

$Z = 1.96$

$e = 0.05$ margen de error

$p = 0.95$

$n = 800 * 0.5^2 * 1.96^2 = 768.32 = 259$ encuestas

$0.05^2(800-1) + 0.5^2 * 1.96^2 = 2.9579$

Numero de encuestas a realizar 259

Se realiza 259 encuestas a la Zona Norte de Bogotá en las entidades de salud correspondientes teniendo en cuenta que la presente investigación está fundamentada principalmente en la observación directa como apoyo para reafirmar los resultados deseados decide tomar en cuenta la opinión de 259 funcionarios del sector salud el sector Norte de la ciudad de Bogotá D.C mediante un cuestionario estratégicamente laborado.

6.6 Desarrollo de la encuesta

a) Creación del Formulario

Para la creación del formulario se tuvo en cuenta unos parámetros específicos determinantes en la investigación con el fin de lograr un tipo de información más detallada de los clientes y usuario final.

A continuación se relacionan los formularios aplicados a usuarios finales y clientes:

6.6.1 Encuesta Usuario Final

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DOTACIÓN DE UNIFORMES
DEL SECTOR SALUD EN LA ZONA NORTE DE BOGOTÁ**

SEXO _____ **EDAD** _____ **PROFESION**

Encuesta generalizada para el usuario

1 ¿En qué área se desempeña laboralmente?

- A. Sala de cirugía
- B. Hospitalización
- C. Urgencias
- D. Laboratorio clínico
- E. Otro _____

2. ¿Qué uniforme es de su preferencia?

- A. Estampado

- B. Unicolor
- C. Varios colores
- D. Ninguna de las anteriores

3. ¿Con qué material prefiere que sean confeccionados sus uniformes?

- A. Lino
- B. Algodón
- C. Poliéster
- D. Anti fluidos

4. ¿En qué zona de Bogotá compra usted los uniforme?

- A. Restrepo
- B. Chapinero
- C. Centro
- D. Auto norte

5. Usted como mujer que es lo que más prefiere a la hora de utilizar uniforme?

- A. Falda
- A. Pantalón

(Pregunta solo para mujeres)

¿Y porque motivo?

6. Ha utilizado alguno de estos estilos de uniforme?

A. Slim Fit

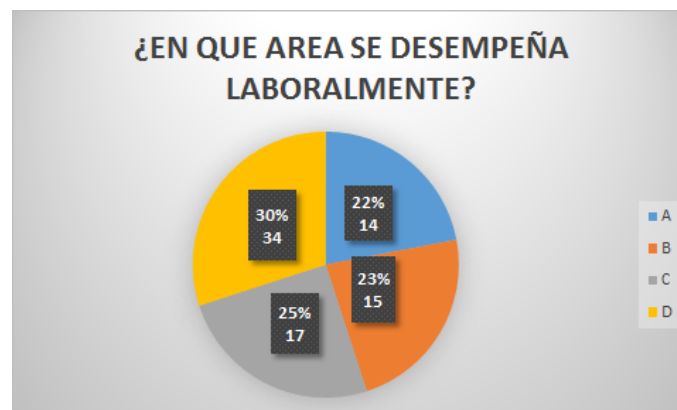
A. Otro (Especifique)

6.6.2 Resultado final de la encuesta de Usuario

Se realizó un total de 290 encuestas segmentando a la población vinculada laboralmente al sector salud (Hospitales y clínicas) y personal que labora en consultorios independientes relacionados con el sector salud y belleza (Odontólogos, Estilistas, Regentes de farmacia, Laboratorios).

Pregunta 1

¿En qué área se desempeña laboralmente?



Resultados obtenidos:

- 30% 34
- 22% 14
- 23% 15
- 25% 17

En la siguiente pregunta se afirma que un porcentaje del 30% de la población trabaja en salas de cirugía o en su mayoría tienen relación con circunstancias que afectan la exposición de elementos químicos, acuosos u otros en sus prendas de vestir.

Pregunta 2

¿Qué uniforme es de su preferencia?



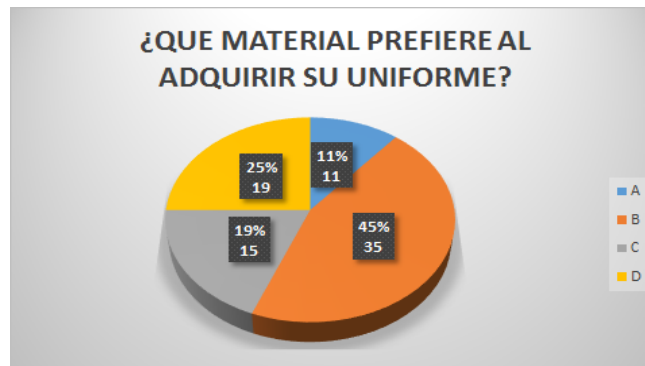
- 11% 07
- 20% 17
- 14% 15
- 35% 41

En esta pregunta se denoto claramente con la población que su preferencia en uniformes es muy común el color blanco, azul colores oscuros en su mayoría para evitar el desgaste del mismo en lavadas además de que los colores de otros tonos o de tipos más irregulares no son tan fáciles de encontrar en el mercado es mejor utilizar lo convencional y así tener más seguridad de lo que se está utilizando.

Por ende, las respuestas de los entrevistados en su mayoría indicaron ninguno de los anteriores.

Pregunta 3

¿Qué material prefiere al adquirir su uniforme?

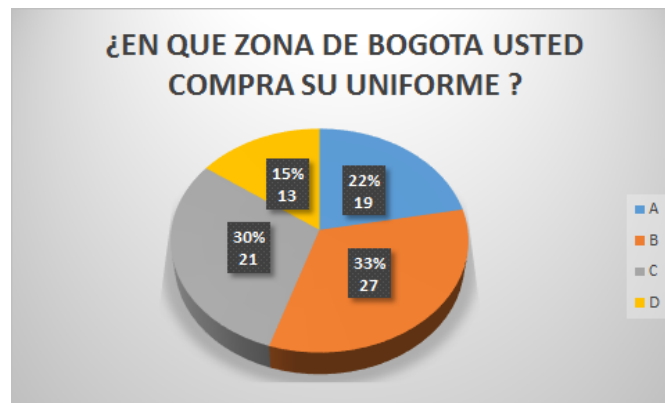


- 11% 11
- 45% 35
- 19% 15
- 25% 19

En lo proporcionado anteriormente hemos conseguido que un total de los encuestados les interesa mucho más las prendas en algodón: por la durabilidad, la comodidad y otras, por el contrario, prefiere mucho más el materia anti fluidos para evitar los posibles incidentes con materiales o sustancias que manchen o dañen el uniforme.

Pregunta 4

¿En qué zona de Bogotá compra usted sus uniformes?



- 22% 19
- 33% 27
- 30% 21
- 15% 13

Con la obtención de los resultados de esta pregunta nos enfocaremos mucho más en los lugares donde el cliente prefiere adquirir sus uniformes, en este caso los más convencionales por cercanía y por comodidad, indican que es mucho más efectivo la adquisición de los uniformes en el centro y en la zona de chapinero.

Lo que nos indican nuestros encuestados es que hay mayor variedad para escoger cualquier uniforme por ello es mejor en cuanto al presupuesto y los descuentos que obtienen.

Pregunta 5

¿En qué zona de Bogotá compra usted sus uniformes?



- 70% 28
- 30% 52

Nos indican las mujeres que es más cómoda la utilización de pantalón en el trabajo por seguridad para proteger sus piernas de cualquier incidente y por confort en las múltiples actividades que se realizan en su quehacer diario.

Pregunta 6

¿Ha utilizado alguno de estos uniformes?



- 35% 28
- 45% 35
- 20% 17

Un 45% mujeres y hombres indican que es más cómodo los uniformes sueltos para mayor comodidad y mejor movimiento.

Un 35 % mujeres y hombres opinan que les gusta lucir bien y que ajustar el uniforme al cuerpo les denota más elegancia.

Un 20% de los hombres y mujeres indican que no les interesa si está ajustado o no.

6.6.3 Encuesta Cliente

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE DOTACIÓN DE UNIFORMES
DEL SECTOR SALUD EN LA ZONA NORTE DE BOGOTÁ**

SEXO _____ **EDAD** _____ **PROFESION**

Encuesta generalizada para el cliente

1. ¿Cómo adquiere sus uniformes?

- A. Compra propia
- B. Dotación de la empresa
- C. Patrocinios (entidades bancarias, socios entre otros)

2. ¿En qué zona de Bogotá compra usted los uniforme?

- A. Restrepo
- B. Chapinero
- C. Centro
- D. Auto norte

3. ¿Qué marca es de su preferencia al adquirir los uniformes?

A. Mundo blanco

B. Sesga

C. Otro _____

4. ¿Porque esta marca es de su preferencia?

A. Precios

B. Diseños

C. Calidad

5. ¿Qué presupuesto dispone para la compra de los uniformes (Valor por unidad)?

A. \$40.000-\$80.000

B. \$80.000-\$120.000

C. \$120.000-\$200.000

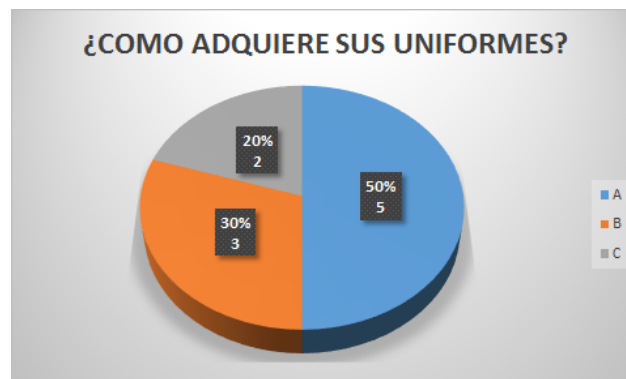
6. Qué normas rigen el tipo de uniforme en su organización en cuanto al color, marcas, logos, estilos y demás.

6.6.4 Resultado final de la encuesta de Cliente

Para esta selección escogimos un total de 10 compradores iniciales ya sea para dotación de uniformes para clínicas, hospitales, universidades y trabajos independientes (peluquerías, farmacias, consultorios particulares, entre otros)

Pregunta 1

¿Cómo adquiere usted sus uniformes?



- 50% 5
- 30% 3
- 20% 2

Los resultados al encuestar a nuestros clientes nos indican inicialmente que obtienen los recursos para conseguir sus uniformes o de sus estudiantes y trabajadores, de sus mismos presupuestos económicos, como lo es el pago de cada estudiante ya asegura un promedio de 2 uniformes anuales y para los trabajadores los ingresos que los mismos proporcionan en trabajo dan la suficiente ganancia para dotar a los empleados periódicamente.

Lo que nos muestra un cliente confiable y seguro sin riesgos de endeudamiento.

Pregunta 2

¿En qué zona de Bogotá compra usted sus uniformes?



- 45% 4
- 30% 3
- 15% 2
- 10% 1

El resultado obtenido con esta encuesta nos muestra que nuestros clientes prefieren más las compras de sus uniformes en las zonas de Restrepo y chapinero, con más del 60% de los encuestados, nos indican que es mucho mejor comprar en el Restrepo porque la unidad de los uniformes saldría mucho más costoso en otros sectores así que en una zona tan comercial y tan central nos brinda una mejor adquisición de los mismos, además de su también preferencia en la parte norte de chapinero por los descuentos y la fidelidad que han tenido le muestran muchos más diseños y mejores propuestas para obtener.

Pregunta 3

¿Qué marca es de su preferencia al adquirir sus uniformes?



Un 52% adquiere sus uniformes en mundo blanco

Un 33% adquiere sus uniformes en sesga

Un 15% prefiere adquirir al mayoreo o ya tiene satélites que le abaratan los costes de adquisición.

En la mayoría de los casos el cliente ya tiene un tipo de tela específico se identifica más por sus antiguos resultados, por su calidad y economía.

Pregunta 4

¿Por qué esta marca es de su preferencia?



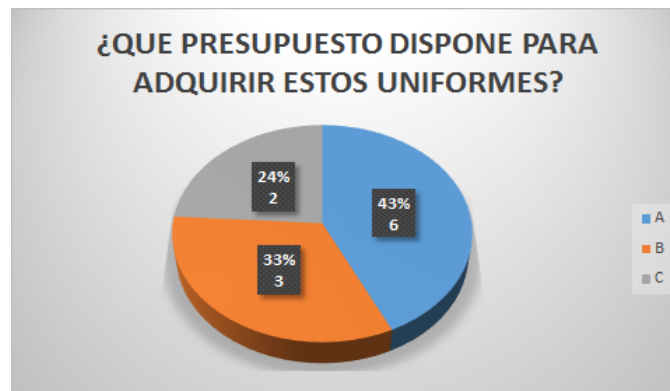
- 49% 5
- 30% 4
- 20% 2

Lo que nos indica el cliente actual respecto a porque esta marca es de su preferencia nos confirman que escogen la marca mundo blanco, sesga y otros.

Por economía y durabilidad más de un 70% de los encuestados afirman que el precio lo es todo y aun mejor la calidad, si se generan estos dos factores en cada uno de sus uniformes se puede decir que serán clientes fieles y comprometidos a un solo distribuidor.

Pregunta 5

¿Por qué esta marca es de su preferencia?



- 43% 6
- 33% 3
- 24% 2

En esta pregunta evidenciamos la notoria preocupación por los clientes iniciales de abaratar costos y que, aunque exigen calidad está en un presupuesto limitado la compra de uniformes.

Las normas que rigen a nuestras compañías indican en su mayoría es las marquillas estampados y colores ya establecidos desde un inicio en la organización.

Otros indican que los limita el uso de uniformes oscuros por la limpieza que tienen que transmitir y un uniforme blanco no puede tener tanta durabilidad por tantos lavados.

6.7 Conclusiones generales de los resultados y viabilidad del mercado.

De acuerdo a las estadísticas obtenidas en la encuesta de cliente y usuario final se pueden sacar las siguientes conclusiones:

- ✓ El presupuesto promedio de los compradores está entre los \$40.000 y los \$80.000 pesos, lo cual se ajusta a los precios de venta proyectados para el año 1 de ejecución.
- ✓ Los diseños ofrecidos por parte de Comfort Health se ajustan a las exigencias y normativas actuales del mercado.
- ✓ Comfort Health tiene un mercado objetivo que le permitirá hacer una proyección de ventas acorde al volumen de personas que pertenecen al gremio de la salud
- ✓ La calidad del producto ofrecido tendrá grandes niveles de satisfacción por parte de los usuarios finales, teniendo en cuenta las propiedades organolépticas del producto.
- ✓ La zona de distribución del producto terminado muestra un gran nivel de actividad por parte de los clientes y usuarios finales.

7. ANÁLISIS DE LAS 4 P DEL MARKETING (Precio, Promoción, Plaza, Producto)

7.1 Producto

A. Marca

La marca que se ha diseñado para la representación publicitaria es **Comfort Health**

B. Etiqueta

Es el logo lila enmarcada en una etiqueta rectangular de color blanco

C. Empaque:

El diseño que se utilizará para la entrega final del producto será material de cartón con agarraderas y un membrete en la frental de la bolsa donde se mostrarán datos exclusivos de la empresa, el nombre, dirección, teléfono y logo representativo de la empresa.

Por cada producto se utiliza bolsa plástica transparente en tamaño 12*18 donde su objetividad será la protección y cubrimiento del producto

7.1.1 Marca

Nuestra marca es Comfort Health

7.1.2 Logo



El logo es una imagen fresca, corporativa y revolucionaria. El color lila de acuerdo a los análisis de la psicología del color en el marketing significa creatividad. De igual la tonalidad es suave teniendo en cuenta que generalmente son de color blanco y su contraste será lo suficientemente vistoso para lograr recordación de marca.

7.1.3 Eslogan

Luce cómodamente bien!

Al hacer un análisis del objetivo de la empresa, el slogan hace referencia de manera resumida cuál es la misión de la compañía, la cual es proveer uniformes con diseños cómodos de excelente calidad y que identifique a la entidad con una imagen corporativa única.

7.1.4 Características principales del producto.

Dentro de las características iniciales que se pretenden manejar y diseñar en los productos con referencia al tamaño, empaque, etiquetas, y algunas especificaciones adicionales para cada producto, Además se diseñará un estilo innovador y exclusivo en el empaque, etiqueta y marquilla donde hará ver el producto con un plus innovador y diseño atractivo por los clientes.

Tamaño:

El tamaño que se utilizara o asignara al producto es por talla clasificado en XS-S-M-L-XL En uniformes de enfermería, médicos y quirúrgicos en tallas todas las especificaciones de tallas con exclusividad en modelos y texturas.

Empaque:

El diseño que se utilizará para la entrega final del producto será material de cartón con agarraderas y un membrete en el frontal de la bolsa donde se mostrarán datos exclusivos de la empresa, el nombre, dirección, teléfono y logo representativo de la empresa.

Por cada producto se utiliza bolsa plástica trasparente en tamaño 12*18 donde su objetividad será la protección y cubrimiento del producto.

Grafico No 4. Empaque



Fuente: <http://www.b2bbernabeu.com/...BD/D94C/9B1E/805A/0.gif>

Marquilla:

Es la identificación del producto, quedará ubicada en la parte inferior derecha de la prenda con el sentido contrario al derecho, donde mostrará la siguiente información:

- Logo de la empresa
- Slogan (Luce cómodamente bien)
- Talla
- Símbolos de planchado de conformidad
- Símbolos de lavado de conformidad
- Origen de fabricación
- Recomendación de lavado y planchado

Grafica No 5: Logotipo



Fuente :

<http://mlv-s1-p.mlstatic.com/...V407673139>

7.2 Precio

Después de evaluados y analizados todas los factores y recursos utilizados en la producción del producto, se tendrá en cuenta la viabilidad de asignación de precio a cada uno de los productos.

Dentro del análisis de costos se determinaron los costos directos e indirectos de fabricación y a su vez costos variables y fijos dependiendo de los resultados obtenidos se establecerá un precio fijo del producto para cubrir la inversión realizada y además en este precio se contará con un 20% de ganancia.

A continuación, se mostrara la tabla de costos variables referentes a los uniformes de enfermería por prenda completa de dos piezas.

Tabla No 6 Costo producción

COSTOS VARIABLES	UNIFORME UNICOLOR			
TELA (lino)	ROLLO	2	Mts	\$ 40.000
HILO	CONO	200	Gm	\$ 25
CREMALLERA	UNIDAD	1	Un	\$ 500
BOTON	GRUESA	500	Un	\$ 100
MARQUILLA	UNIDAD	1	Un	\$ 100
ETIQUETA	UNIDAD	1	Un	\$ 100
EMPAQUE	ROLLO	1	Un	\$ 200
MANO DE OBRA DIRECTA X HORA				\$ 7.000
TOTAL				\$ 48.025

Fuente: Propia

Para determinar el precio del producto se analizaron costos de producción por prenda dando como resultados un valor de **\$48.025**, producto por el margen de utilidad es de un 20% con el cual se multiplica por el valor total de costos de producción y luego se suma el resultado al costo inicial, A continuación se aplicara la siguiente fórmula para determinar el precio.

PRECIO

$Cv + (CV * 20\%)$

$48.025 * 20\% + 48.025:$

\$57.630

Mediante la fórmula se halló el precio del producto por unidad es de **\$ 57.630**

7.3 Promoción

La empresa **Comfort Health** tendrá un punto de fabricación ubicado cll 45 sur # 81- 57 y un punto de venta ubicado en la zona norte de Bogotá cll 98 n 43- 48 cerca de las siguientes entidades prestadoras del servicio de salud:

- Compensar autopista norte
- Clínica materna infantil
- Clínica los nogales
- EPS prepaga da Cafesalud
- IDIME
- Clínica Juan Corpas
- Clínica Barraquel
- Clínica Reina Sofía
- Clínica Córdio Infantil

- Clínica Cardiovascular

B. Promoción del producto

Para dar a conocer y animar a nuestros posibles compradores a buscar nuestro producto y ganar su fidelidad nos daremos a conocer mediante:

Volantes

Página web

Redes Sociales

Publicidad en punto de venta: Material P.O.P

Volantes: Se repartirán los volantes en las entidades de salud cercanas al punto de venta

Gráfica No 6. Volante



Fuente: propia

Página web: La empresa **Comfort Health** (EU), contara con una página web para que los clientes conozcan más la empresa, los descuentos, promociones y el catálogo de los productos.

Grafica No 7. Valla publicitaria



Fuente propia

7.4 Plaza

A) Plan de introducción al mercado

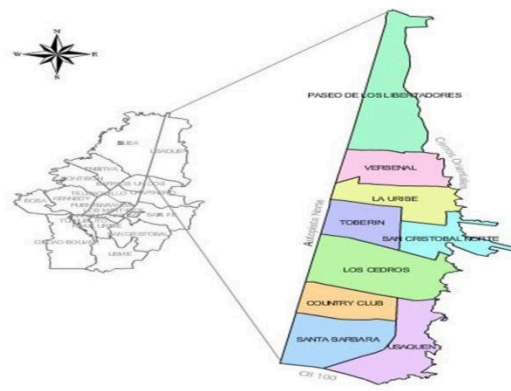
Comfort Health (EU) va a garantizar una entrada exitosa en el mercado, distribuyendo y comercializando el producto de dotación de uniformes para el sector salud en la zona Norte de Bogotá en la localidad de Usaquén.

El objetivo es lograr que el cliente conozca nuestros productos por medio de promociones, descuentos, por la página web, y redes sociales.

7.4.1 Ubicación de la empresa

La ubicación destinada para la distribución y comercialización de los productos mencionados anteriormente por la empresa **Comfort Health**, será en la zona norte de Bogotá desde la calle 94 a la 116 con autopista norte.

Grafica No 8 localidad Norte



Fuente. <http://search.iminent.com/SearchTheWeb/v6/3082>

B. Riesgos y oportunidades

La empresa **Comfort Health** (EU)

Riesgos

Que el producto no sea aceptado por el cliente.

Que la competencia robe la idea.

Que nuestros ingresos sean menores a nuestros gastos.

Precios altos y de mala calidad

Reconocimiento en el mercado.

Oportunidades

Cercanía con los clientes, la ubicación de la empresa permite tener ventaja competitiva en los tiempos de entrega del producto, ya que en la zona no se presentan empresas que realicen esta actividad de elaboración de dotación de uniformes del sector salud.

Nueva empresa para un mercado potencial.

Asesoramiento en la imagen corporativa, ya que la primera impresión es lo que cuenta para que los clientes les guste nuestro producto.

Que el cliente acepte el producto.

Que se habrá las posibilidades de la creación de nuevos productos

Obtener ingresos favorables.

7.4.2 Análisis de la industria.

El sector seleccionado para la creación de **Comfort Health** es la zona norte de la ciudad de Bogotá con los extractos 3, 4, 5. Buscamos fidelización ofreciendo un producto de buena calidad y con precios competitivos.

Análisis de la competencia

Con base en la encuesta que se realizó al personal de salud en clínica privadas del sector norte de Bogotá, donde se tuvieron presente algunos indicadores esenciales para el proceso investigo con referencia a la compra de uniformes médicos de enfermería y quirúrgicos, donde se logró concluir una gran referencia con respecto a la preferencia del precio donde el 60 % de los encuestados destinan un entre \$ 40.000 a \$ 80.000 para adquirir un uniforme y de acuerdo a esta información se concluye que la empresa Comfort Health puede ser competitivo por sus precios, se encuentra dentro de las preferencias de los clientes, además con base al estudio de los competidores donde el rango de precio es similar al de Comfort health, pero adicional a esto la empresa va a competir por sus diseños y calidad.

7.4.3 Análisis de la Industria Textil y Confección

La industria textil ha tenido un papel importante en el desarrollo del país, ya que a su alrededor se ha construido una compleja y diversificada actividad manufacturera y de servicios, generando una importante contribución al crecimiento económico, a las exportaciones y al empleo durante más de 80 años. El sector textil forma parte de una parte de las cadenas productivas altamente complejas: producción agrícola comercial de

fibras naturales, fibras sintéticas, industria textil, confección y comercialización son etapas de una actividad fuertemente eslabonada (Minambiente, s.f.).

El sector textil y confección representa más del 12 % del PIB industrial y cerca el 1.6% del valor agregado nacional constituye más del 5% del total de las exportaciones del país. En el 2011 la industria textil creció un 6,4% y las confecciones un 5,5%, marcada especialmente por la demanda interna , Los departamentos de mayor producción de textiles y confección son Cundinamarca y Antioquia con más del 90% de producción La producción se ha incrementado en los últimos años debido al crecimiento de las ventas, la reactivación del consumo, la diversificación de destinos de exportación y el crecimiento económico de los socios comerciales , En el 2011 la producción del sector creció el 10,3%, impulsado principalmente por el aumento de las confecciones, que crecieron el 20%. Durante este mismo año la producción del sector creció el 10,3%, impulsado principalmente por el aumento de las confecciones, que crecieron el 20%. La producción del sector represento el 11,8% del PIB de la industria y el 1,5 del PIB nacional (*Proexport, 2012*).

La demanda interna de productos textiles en el año 2011 creció 8,8% con respecto al año anterior. El mayor consumo obedeció a los hogares que paso de expandirse de 5% en 2010 a 6.55 en 2011 y represento el 60% de la demanda interna total (*Proexport, 2012*).

7.4.4 Tamaño del mercado

Segmento de Mercado

El lugar escogido para la distribución del producto es en la ciudad de Bogotá sector norte. Debido a su gran diversidad en el comercio, debido a su gran diversidad en el comercio ya que cuenta con gran variedad en puntos directos para la distribución del producto, sin embargo, en la ciudad de Bogotá es un sector de un alto grado de competitividad muchas empresas y microempresas.

Se enfocan en trabajar en dotaciones para el servicio de salud y de acuerdo a estadísticas que se encuentran por cada localidad que la conforman algunos puntos de producción y de venta, sin embargo, después de un análisis detallado de los lugares comerciales dando así una referencia de localización de iniciar una segmentación en la zona norte de Bogotá donde se encuentra diferentes puntos de salud son permite su venta y distribución.

7.4.5 Participación de la Competencia en el Mercado

Varios estudios representativos hechos por DANE demuestran que el sector mercantil se encuentra saturado debido a que día tras días incrementan zonas de textiles y de producción, aumentando de una u otra manera la competitividad en los productos ofrecidos por cada comerciantes, sin embargo lo que busca la empresa **Comfort Health** es localizar un punto de venta directo en la zona norte de Bogotá, desde la Autopsita norte con calle 30 hasta la calle 127 , En este sector se encontraron tres puntos comercializando su producto, por lo que se considera que la demanda es mayor y amerita un sitio de venta donde se distribuyan dotaciones para el personal sector salud que consta de (uniformes de

enfermería, uniformes médicos y uniformes quirúrgicos) además se ofrecen precios tallas, colores y diseños a gusto de cada uno de los clientes.

7.4.6 CONSUMO APARENTE

Dentro de los sitios referenciales para la distribución de los productos de la empresa **Comfort Health** son:

Compensar autopista norte

Clínica materna infantil

Clínica los nogales

EPS prepaga da Cafesalud

IDIME

Clínica Juan Corpas

Clínica Reina Sofia

Clínica cardioinfantil

Cada una de estas entidades prestadoras de servicio médico logra identificar cierta cantidad de trabajadores, considerando un alto volumen de personal por lo que se manejan cuatro turnos diferentes por día, lo que genera un alto índice en la demanda de dotación de uniformes para el personal sector salud.

Este es uno de los motivos por la cual la empresa **Comfort Health** pretende satisfacer necesidad a sus clientes ofreciendo dotación y productos médicos necesarios para la comodidad y sus labores diarias.

Si se realiza un análisis detallado del uso del uniforme en un profesional de la salud y se llega a la conclusión de que durante toda la semana es de uso obligatorio portar el uniforme debido a las directrices de las instituciones donde lo señalan como requisito básico.

Además de esto el uniforme de enfermería maneja tendencias en colores claros con exclusividad en tonalidades blancas lo que tiende a ser más propenso a mancharse de líquidos sanguinolentos u otros fluidos corporales, y si se concluye esta temática se observa que es necesario que el personal cuente con dotaciones disponibles para el cambio, siendo esta la razón principal por la que la empresa **Comfort Health** pretende abastecer esa necesidad.

8. ESTUDIO ADMINISTRATIVO – PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

8.1. Objetivos de la empresa

A corto plazo:

Incrementar estrategias para alcanzar un posicionamiento en el mercado, con una línea de productos innovadores con el propósito de crecer frente a nuestros competidores y acreditarlos ante nuestros clientes.

Identificar puntos estratégicos para buscar clientes potenciales en la distribución y venta de los uniformes.

Analizar ideas de mercado para ofrecer y comercializar nuestro producto

A mediano plazo

En los próximos tres años se pretende lanzar dos nuevos productos pertenecientes al sector de la salud buscando la satisfacción de nuestros clientes en comodidad y ergonomía en sus productos para lograr el buen desempeño en los trabajos que realicen, incrementar el número de clientes para poder lograr rentabilidad y liquidez.

Conseguir contratos directos con las entidades de salud. Para elaborar los uniformes de dotación.

A largo plazo

Lograr crecimiento para tener puntos de venta directo, sucursales de apoyo para la distribución de los productos y tener mayor accesibilidad a nuestros clientes, logrando

Un mayor reconocimiento de nuestros productos a nivel nacional, utilizando como estrategia la confección de nuevos productos pertenecientes al ramo de la salud ampliando nuestra infraestructura y fortaleciendo el departamento de recursos humanos.

Expandir la compañía a varias ciudades de nuestro país.

8.2. MISIÓN

Comfort Health es una empresa competitiva del sector de la confección y la comercialización de prendas de vestir para el sector de la salud, caracterizados en ofrecer diseños innovadores y exclusivos brindando a nuestros clientes un alto grado de satisfacción en la calidad de nuestros productos para ofrecer comodidad y elegancia en el desempeño de sus actividades por medio de la utilización de materia prima que sea acorde con el clima y el horario de trabajo.

8.3. VISIÓN

En el 2019 **Comfort Health** pretende ser una empresa reconocida en el sector de la confección y comercialización del sector salud, con altos estándares competitivos que permitan ofrecer una gran variedad en nuestros productos, buscando la satisfacción total de nuestros clientes.

8.4 MARCOS DE REFERENCIA

8.4.1 Marco teórico

“Un término global para aquellos que administran o dirigen, representa una gama muy alta de filosofía, creencias, disciplina y responsabilidades de trabajo. Los administradores planifican, organizan, proveen de personal, dirigen, controlan, facilitan según se dice, las perspectivas pueden representar cualquiera de estas áreas. Las perspectivas de la productividad de los administradores varían dependiendo de dicha variable como sus roles específicos en la organización actitudes y conocimientos. Así como la fuerza de trabajo ya que ellos supervisan los administradores son únicos” (Smith, 1993, p. 6)

De acuerdo a lo anterior es claro mencionar que el proceso administrativo en el funcionamiento y manejo operativo de un proyecto o idea de negocio representa un papel de gran importancia debido a que cada uno de sus pasos ofrece unos lineamientos claros, concretos y estructurados, diseñados exclusivamente para ser aplicados a empresas o ideas de proyecto donde se busque el crecimiento empresarial; cada una de los pasos administrativos cumplen con una serie de pautas delimitadas, indicando su funcionabilidad operacional y sus beneficios; donde de acuerdo al manejo que se le dé, aportaran un amplio y favorable recurso de ganancia al proyecto, entre ellos está la planeación, organización, dirección y control.

“La planeación es la selección de hechos, así como la formulación y uso de suposiciones respecto al futuro en la visualización y formulación de las actividades propuestas que se cree sean necesarias para alcanzar los resultados esperados” (Terry, 2008).

De acuerdo con la definición expuesta anteriormente por George Terry donde se basa en considerar que la planeación es la base principal para llegar a una acción efectiva, siendo la directriz más clara para un adecuado manejo del proceso teniendo en cuenta ciertas variables concretas que favorecen al correcto análisis de los ideales propuestos entre estos se encuentra la fijación de objetivos claros, elaboración de planes, toma de decisiones adecuadas, planes de contingencia y métodos estratégicos para llevar a cabo la idea planteada, siendo estos un indicador de análisis que encamine hacia una misma dirección el transcurso del proceso.

Son abundantes los estudios que muestran que las personas, las organizaciones y las naciones que planean sus actividades tienen mejores y muchas posibilidades de éxito en el logro de sus objetivos que aquellas que no lo hacen.

Es importante resaltar la importancia de la planeación debido a que su propósito está claro: se planea para responder de forma efectiva a los más rápidos y complejos cambios que caracterizan el entorno interno y externo de una organización:

Se planea para un mejor aprovechamiento de los recursos

Se planea para orientar las decisiones y tener una ruta clara hacia donde se espera que se dirijan los esfuerzos de las personas en las organizaciones.

Se planea para reducir la incertidumbre y aclarar lo que es importante para conseguir

Se planea para contar con normas de desempeño y para evaluar el avance de la dinámica de las organizaciones. Silva, (2008, p. 114)

Seguidamente de la planeación otro de los pasos importantes de un proceso administrativo es la organización, caracterizada por ofrecer una distribución de funciones, responsabilidades y jerarquías, brinda un orden a toda la parte operativa y de acción de trabajo, identifica la metodología y estrategias con las que se guiara el proyecto, como va a llevar todo el proceso y que recursos serán necesarios, la organización distribuye funciones donde cada funcionario o investigador estarán trabajando en funciones diferentes, pero todo encaminado a lo mismo, la organización aparte de dar orden también busca a nivel de este proyecto el proceso de organización aporta una serie de variables útiles y de gran importancia en el direccionamiento del proyecto investigativo con el fin de distribuir y organizar adecuadamente a información adquirida y dando un desarrollo adecuado con los temas a tratar. (Bernal,2007 p. 52).

En la planeación una de las cuestiones relevantes es la de los objetivos debido a que son las metas, los resultados que se desean obtener en un tiempo determinado, estos son los que dan la dirección para las decisiones que toman los administradores y las demás personas en una organización, son un fundamento en la planeación.

Según Bernal (2007), donde expone su idea de que en las organizaciones es usual que los objetivos tengan una jerarquía que va de lo general a lo particular y lo específico. Se consideran los objetivos desde la perspectiva de una pirámide, se tiene entonces en primer lugar algo denominado como "la misión o razón de una organización" en segundo lugar, los objetivos generales de la organización a largo plazo y en tercer lugar los objetivos generales de la áreas u objetivos funcionales, en cuarto lugar, los objetivos de las distintas unidades o departamentos y por último los objetivos individuales.

En muchas organizaciones los objetivos suelen fijarse directamente los directivos o posiciones jerárquicamente altas quienes toman la decisión de estructurarlos, sin embargo

estudios demuestran que fijar objetivos en forma conjunta se obtienen mayores resultados quiere decir entre trabajadores y sus directivos, ya que generan una mayor motivación y compromiso de parte de los trabajadores por dedicar su esfuerzo para alcanzarlos.

Algunos de los criterios relevantes a considerar al momento de fijar objetivos en un proceso de planeación se mencionan lo siguiente:

Especificar con exactitud lo que se espera que las personas logren

Dar participación a las personas involucradas en el logro de los objetivos para obtener un mayor compromiso de estas con los resultados esperados.

Definir criterios para la revisión periódica del progreso en la consecución de los objetivos y también analizar las causas por las cuales no se está cumpliendo la meta.

Definir el horizonte de tiempo determinado para conseguir el resultado y la retroalimentación periódica para todos los miembros que participan en la formulación de los respectivos objetivos y el logro de sus resultados.

Definir objetivos en términos operativos, que se pueda medir valorar.

Formular los objetivos con un grado mínimo de dificultad, ya que la evidencia indica un mayor compromiso de las personas, que logran objetivos exigentes pero alcanzables.

Definir un número racional de objetivos, los objetivos suficientes para el cargo y la disponibilidad de recursos y capacidades

Adicionalmente, deben presentar un desafío, indicar prioridades promover el crecimiento y el desarrollo personal y profesional. (Bernan, C, 2008. P. 55).

Formular estos criterios frente ante una organización en el proceso de planeación representa un alto grado de importancia debido a que brinda una orientación más clara, ya que demuestra una serie de ventajas directas a la organización como por ejemplo: Mejor administración, ya que se ve encaminada la planeación a resultados específicos, el personal tienen claro sus funciones, responsabilidades y sus delegaciones de actividades, se puede obtener mayor compromiso y motivación con los objetivos de la empresa entre otros.

Otro aspecto relevante en el proceso de planeación donde está directamente relacionada es la toma de decisiones su finalidad fundamental es un proceso de selección de alternativas frente a un problema o situación que demanda una acción, de acuerdo a esto la toma de decisiones implica una serie de actividades que de acuerdo con diferentes autores se pueden agrupar en diferentes fases:

Identificación de un problema

Identificación de criterios de decisión

Ponderación de criterios de decisión

Desarrollo de alternativas

Análisis de alternativas

Selección de una alternativa

Evaluación de la eficacia de la alternativa

Todo y cada uno de lo mencionado anteriormente hace referencia al amplio proceso administrativo de la planeación siendo la herramienta clave para orientar todos los objetivos y metas propuestos siendo, delimitando paso a paso su funcionamiento y finalidad, sin embargo un administrador tiene la responsabilidad y oportunidad de utilizar todos los conocimientos adquiridos en la parte administrativa donde tienen la capacidad de analizar, predecir, orientar, organizar diferentes aspectos teóricos prácticos relacionados en la realización de un diagnóstico para lograr la mayor productividad posible en la realización de un estudio o una organización no sin antes mencionar otro de los procesos de importancia en el proceso administrativo como la organización.

Otro de los aspectos fundamentales que influyen en la formación de la planeación es

El conocimiento de la realidad puede obtenerse a partir de la identificación de las partes que componen el todo (análisis) o como resultado de ir aumentando el conocimiento de la realidad, iniciando con” los elementos más simples y fáciles de conocer para ascender poco a poco, gradualmente, al conocimiento de lo más complejo “. (Méndez, 2006, p. 242)

Lo anterior es aplicable al trabajo que se está realizando, ya que es el inicio para un futuro proyecto de grado como profesionales en administración de empresa y se empieza plasmando diferentes ideas que, aunque parecen algo simple, es significativo porque, en ocasiones, son el sueño de toda una vida. Méndez (2006) dice que se va aumentando el conocimiento de la realidad y es aplicable porque si se continúa en el siguiente nivel de la carrera de administración, se da la oportunidad de realizar un estudio más complejo en esta idea de negocio donde se va a profundizar y conocer la realidad del medio en el cual se hará el proceso investigativo que permitirá conocer el todo y poder tomar decisiones para salir de lo teórico y entrar en la parte práctica.

“La micro y pequeña empresa desarrolla un papel de primera importancia en Latinoamérica, ya que representa según lo estimado el 95% de toda la empresa. Esto constituye la principal fuente de empleo y en muchas ocasiones son las verdaderas escuelas de capacitación del recurso humano, que las empresas de mayor tamaño contratan con base en la experiencia. Su importancia dentro de la economía de un país es muy grande ya que si las micros y pequeñas empresas son instituciones sanas, estas se constituyen en el primer eslabón de una cadena de producción de bienes y servicios que elevan poco a poco el nivel de vida de los habitantes” (Anzola Rojas, 2010).

En una ciudad como Bogotá, en la que su población ha crecido desmesuradamente ya que, por el efecto de la violencia en todo el país, gran parte de los colombianos se refugian en Bogotá buscando seguridad y mejor ofertas laborales, es importante tener en cuenta los criterios aportados por Anzola (2010) y juega un papel significativo de los estudios que se

realicen para las ideas de negocios, más aún si se trata del sector de las confecciones ya que se pueden crear pequeñas empresas familiares o de barrios que funcionarían en un espacio pequeño de las viviendas y que se pueden confeccionar y comercializar toda clase de prendas de vestir sin importar a qué áreas ni sectores van destinadas estas. Esto se lograría aplicar en el momento en que ciertas instituciones se personifiquen de esta situación y se utilicen todos los beneficios que el gobierno aporta para la creación de microempresas como es el apoyo económico y en capacitación por medio de todas las leyes que ha promulgado como son la ley de emprendimiento.

En la medida en que el ambiente se vuelve más inestable, y turbulento como el mundo actual, tanto mayor es la necesidad de opciones diferentes para solucionar los problemas y situaciones que se alteran y se diferencian cada vez más. Conforme al profesional que se dedica a la administración crece y se aparta de los trabajos operacionales, orientados al campo de acción y de operación (donde utiliza las habilidades prácticas y concretas como ejecutar la tarea de manera correcta y eficiente), y se dirige hacia actividades administrativas orientados en el campo del diagnóstico y la decisión (donde se necesitan habilidades conceptuales para percibir y definir situaciones y formular estrategias de acción eficaces,) de éste modo es mayor la necesidad de fundamentarse en conceptos, ideas, teorías y valores que permitan orientar un comportamiento. (Chiavenato, 2006, VII)

Con base en los conceptos de Anzola (2010) y Chiavenato (2006), y observando el contexto colombiano, que es el que nos compete, se puede decir que en la realización de esta investigación de diagnóstico de idea de negocio se pretende utilizar todos los conocimientos teóricos adquiridos en el proceso de estudio, teniendo en cuenta que el mercado laboral del ambiente en el que se vive es muy inestable, que Bogotá es una ciudad donde se puede desarrollar una economía de aglomeraciones, la cual permite hacer muchos diagnósticos para crear muchas empresas o micro empresas familiares en las que no sea necesario tener mucha infraestructura y que, por los niveles económicos de estas personas y puedan servir para solventar su situación económica y mejorar su entorno familiar. Es allí donde los administradores de empresa, tienen la posibilidad de practicar lo aprendido, en un proceso de planeación, evaluación y control, logre encontrar

oportunidades por medio de los diagnósticos que realice respecto a una idea y tome decisiones para innovar y hacer cambios que mejore, tanto la calidad de vida de los investigadores, como el entorno al cual pertenecen. Al cumplirse lo anterior, se cumplirían también los lineamientos que caracterizan e identifican a un administrador de empresas, y a cualquier profesional de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN), como personas líderes, innovadoras y empleadoras que trabajan en pro del desarrollo social.

El mundo del comercio es muy amplio ya que día tras día aumentan las personas que se involucran para ayudar a que siga evolucionando y creciendo el acto mercantil en el mundo, el comercio es un factor importante en la economía de un país debido a que gracias a esta labor, se logran grandes beneficios en la economía como ingresos y ganancia, el comercio lo podremos ver por diferentes segmentos, sea de ropa, alimentos, servicios entre otros pero siempre hay un tipo de mercado listo para satisfacer las necesidades del cliente tal vez cada uno con sus ramas enfocada a cierto tipo de personas, culturas, sociedad y necesidad que la gente busca.

La compra y la venta de productos han alcanzado un alto nivel de rentabilidad vemos la inversión y la ganancia cada uno ofreciendo sus oportunidades favorables para el comerciante, siendo esta uno de los motivos por el cual día tras día más personas logran vincularse a el mundo del comercio; todas aquellas personas que deciden iniciar una actividad mercantil con idea de llevar a realidad un objetivo propuesto, deben tener presentes una serie de herramientas que lo identificaban como un buen empresario que es tener un objetivo claro y de acuerdo a esto una planeación, organización control y ejecución de lo que pretende desarrollar; pero adicional a lo mencionado una de las herramientas claves y primordiales en este asunto es la motivación y el emprendimiento, siendo líderes en cualquier proceso y proyecto que se pretenda desarrollar, a la hora de plantear cualquier idea el 80% de que se realice con éxito es una persona con emprendimiento, con motivación; ” cualquier persona que asume el riesgo de iniciar una empresa es un emprendedor “

(Amaru Maximiliano, Antonio Cesar – 2008, p-2) de acuerdo con la opinión del autor quien refiere que solo con el hecho de arriesgarse a iniciar un nuevo proyecto en su vida es un emprendedor y que a pesar de que se corren riesgos para la empresa como de fracaso entre otros, pero si se tiene propósitos claro, una planeación adecuada se puede llegar al éxito rotundo de la empresa, pero si por el contrario se inicia todo sin un orden y control de los asuntos realmente importantes en definitiva se llegara al fracaso.

Muchas personas han empezado con una idea, unos objetivos claros y con pocos recursos económicos y han logrado sobresalir con éxito gracias a su entusiasmo, motivación y emprendimiento, llegando a ser grandes empresarios, con una actividad económica estable ofreciéndose ganancias y buenos beneficios para sus empresas, mientras que muchas personas a diferencia de lo mencionado inician con capital más propicio para buscar con mayor facilidad el surgimiento a la empresa.

“El futuro no existe hay que imaginarlo y construirlo” (Enrique Silva 2008 – p. 12), de acuerdo con el autor es evidente que todo está en una planeación organización y fijación de metas claras con cualquier ideal que se plantee.

“El emprendedor es alguien que empieza a percibir que hay algo por hacer que todavía no existe y hace que un proyecto se ponga en ejecución” (Enrique Silva –

2008- p 16)

Sin duda se puede decir de acuerdo a lo mencionado por el autor Enrique Silva quien es claro en afirmar que la persona emprendedora es la que sabe que tiene proyectos por hacer que de alguna manera logra mirar una frontera más lejos, una frontera que aportara a su vida grandes logros y que posiblemente será el primero de grandes cambios, con solo tener espíritu emprendedor.

En muchos de los casos se ven dos tipos de casos para la creación de empresa que son por necesidad o por oportunidad si se analiza a cada uno se ve que es cierto debido a que en

muchos de los casos los negocios que inician por necesidad es porque hay una necesidad grande de buscar un ingreso sea cual sea la causa y por oportunidad bien sea por que hay una opción para iniciar una nuevo proyecto y surgen las cosas para ejecutarlo, pero cualquiera de las dos formas funcionan si se tienen con una persona con emprendimiento y liderazgo con mucha seguridad de sus actos logra sacar el proyecto adelante.

8.4.2 Marco conceptual

AGLOMERACIÓN: Conjunto urbano formado por una gran ciudad y las localidades, pueblos o ciudades, más pequeñas que la rodean.

ANÁLISIS PESTEL: El análisis PESTEL (o PESTLE) es un instrumento de planificación estratégica para definir el contexto de una campaña. Analiza factores externos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y jurídicos que pueden influir en la campaña.

CLIENTE: Es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma

CONFECCIÓN: Elaboración o fabricación de una cosa a partir de la combinación de sus componentes, especialmente si requiere cierto cuidado. Fabricación en serie de prendas de vestir.

CONGLOMERADO: Grupo de Empresas, un tipo de asociación económica.

DISTRIBUCION: Es la comercialización y transporte de productos a los consumidores

DOTACIÓN: Asignación de Personal y medios necesarios para el funcionamiento de un lugar o servicio.

EFICIENCIA: Capacidad para lograr un fin empleando los mejores medios posibles

EMPRESA: es una unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos

ENCUESTA: Serie de preguntas que se hace a muchas personas para reunir datos o para detectar la opinión pública sobre un asunto determinado.

FACTIBILIDAD: se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas.

INDUSTRIA: Actividad económica y técnica que consiste en transformar las materias primas hasta convertirlas en productos adecuados para satisfacer las necesidades.

INNOVACIÓN: se utiliza de manera específica en el sentido de nuevas propuestas, inventos y su implementación

INVENTARIO: Lista ordenada de bienes y demás cosas valorables que pertenecen a una persona, empresa o institución.

LOGOTIPO: Consiste en un diseño gráfico que se usa para denotar el símbolo de marca, el nombre de la marca, o ambos el cual, es utilizado por empresas y organizaciones

MARKETING: Es la realización de aquellas actividades que tienen por objeto cumplir las metas de una organización, al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente.

MATRIZ DOFA: Es una metodología de estudio de la situación de la empresa. Utilizando las características (debilidades y fortalezas) y su situación externa (amenazas y oportunidades)

MERCADO: Lugar teórico donde se encuentra la oferta y la demanda de productos y servicios y se determinan los precios.

NOMBRE DE MARCA: Consiste en palabras, letras o números que se pueden enunciar verbalmente.

PRODUCTO: *Es todo aquello que se ofrece en el mercado para satisfacer un deseo o una necesidad.*

PRECIO: Cantidad de dinero que permite la adquisición o uso de un bien o servicio

PROPAGANDA: Es como un tipo de publicidad que se realiza en medios masivos de comunicación para difundir ideas políticas y religiosas.

PROMOCION: es el conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca de los productos y/o servicios que se comercializan.

PUBLICIDAD: Es un esfuerzo pagado, transmitido por medios masivos de información con objeto de persuadir.

OFERTA: es la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos.

SIMBOLO DE MARCA: Es la parte de ésta que aparece en forma de signo, trazo, dibujo, color o tipo de letras distintivos. El símbolo de marca se reconoce a la vista pero no se puede expresar cuando una persona pronuncia el nombre de marca.

VENTA: identifica las necesidades y/o deseos del comprador, genera el impulso hacia el intercambio y satisface las necesidades y/o deseos del comprador con un producto, servicio u otro para lograr el beneficio de ambas partes.

VIABILIDAD: Posibilidad de llevarse a cabo un plan o proyecto.

8.4.3. Marco temporal

El tiempo destinado para el estudio de viabilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de uniformes para el sector de la Salud en la zona norte de Bogotá, inició en el mes de enero de 2012 y culmina en su última fase en el mes de mayo del 2017, con el desarrollo de la Opción de Grado III, para obtener el título profesional en Administración de empresas.

8.4.4 Marco espacial

En la realización del estudio investigativo de creación de una empresa productora y comercializadora de dotación de uniformes del sector de la salud en Bogotá D.C.se tuvo en cuenta los siguientes lugares:

En la zona norte de la ciudad de Bogotá D. C, donde se hizo la observación y el trabajo de campo necesaria que motivo la realización de este trabajo investigativo, donde se encuentran ubicadas diferentes entidades de salud.

La Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN, que es la institución que dirige la investigación específicamente en la sede N sede centro en la carrera 8 No. 12 A 03de la ciudad de Bogota.

8.4.5. DOFA

Tabla No.7. DOFA: Empresa Comfort Health

MATRIZ DOFA Uniform Health		FORTALEZAS <input type="checkbox"/> Trabajo en equipo
	DEBILIDADES <input type="checkbox"/> Escasos recursos Financieros <input type="checkbox"/> Falta de Participación en el mercado <input type="checkbox"/> No uso De planes Estratégicos	<input type="checkbox"/> Habilidad para ejercer liderazgo <input type="checkbox"/> Compromiso y lealtad frente al cliente <input type="checkbox"/> Atención con exclusividad <input type="checkbox"/> Conocimiento en la producción del producto
AMENAZAS	DEBILIDADES AMENAZAS	OPORTUNIDADES FORTALEZA
<input type="checkbox"/> Posicionamiento de otros competidores <input type="checkbox"/> Aumento en el desempleo <input type="checkbox"/> Nuevos o aumentos	<input type="checkbox"/> Formalizar los Acuerdos de Negociación permitiéndole generar beneficios a los clientes en	<input type="checkbox"/> Realiza indicadores donde se evalué el trabajo en equipo y lograr un incremento de producción,

<p><input type="checkbox"/> Precios altos, competitivos.</p>	<p>Descuentos y Programas post-ventas.</p> <p><input type="checkbox"/> Incursionar en el mercado mediante el Diseño de propuestas para la implementación del servicio en las empresas generando Rentabilidad y por ende aumentar el índice de empleo</p>	<p>competitivos frente a la competencia</p> <p><input type="checkbox"/> Generar programas de fidelización de los clientes ofreciéndoles fidelidad única, y exclusividad en la atención.</p>
<p>OPORTUNIDADES</p>	<p>FORTALEZAS AMENAZAS</p>	<p>DEBILIDADES AMENAZAS</p>
<p><input type="checkbox"/> Generar empleo y contribuir con el desarrollo económico del país.</p> <p><input type="checkbox"/> Acceder al mercado, como competidor</p> <p><input type="checkbox"/> Aplicar nuevas alianzas estratégicas</p> <p><input type="checkbox"/> Incrementar recursos</p>	<p><input type="checkbox"/> Realizar Conferencias a los Empresarios para que conozcan los beneficios que ofrece la empresa a nivel de producción, de modo que promueva mayor</p>	<p><input type="checkbox"/> Ofrecer un buen servicio en la atención a los clientes mediante el cumplimiento de los requerimientos solicitados.</p> <p><input type="checkbox"/> Ejecutar un estudio de mercado e identificar sectores</p>
<p>Económicos</p>	<p>desarrollo social en la economía.</p> <p><input type="checkbox"/> Generar alianzas Participativas que permitan ampliar la sectorización del mercado.</p>	<p>favorables para la comercialización.</p>

Fuente: propia

8.4.6. ANÁLISIS PESTEL

ANÁLISIS PESTEL EMPRESA DE DOTACIÓN DEL SECTOR SALUD	
P	Tenemos nuestro sistema legal de registros de vendedores nacionales impuestos por art. 19 de la Ley 863 de 2003, además de pretender realizar lo faltante en nuestro registro único tributario para realizar futuras exportaciones.
	Tenemos nuestro impuesto de renta correcto y sin ninguna falencia.
	Pagamos el impuesto patrimonial dependiendo la cantidad de bienes adquiridos en el año.
E	· Contamos con el capital inicial para adquirir la materia prima y poner a producir una cantidad favorable de uniformes de enfermeros
	Contamos con terceros que nos proporcionan la materia prima a menor coste.
	· Tenemos un fondo de capital monetario que inyectamos a la empresa para iniciar producción.
	· Realizamos pedidos al por mayor para reducir la cantidad de perdida de viajes en autos y pérdida de tiempo de los trabajadores.
S	· Contamos con los espacios recreativos para los empleados y sus familias.
	· Tenemos un sindicato aprobado para nuestros empleados para que nos cuenten sus inquietudes y puedan ser solucionadas.
	· Queremos implementar el estudio y aprendizaje de cada empleado con 3 horas semanales invertidas en clases de costura manejo de maquinaria u otras actividades para su mejoramiento personal
	· Tenemos el área de recursos humanos activo en cada instante para ayudar a nuestros empleados no solo en problemas laborales sino también personales.
T	· Tenemos las páginas sociales principales para hacer conocer el producto de la compañía páginas como twitter blogs redes sociales entre otras.
	· Tenemos bases de datos trabajadas para medir el control del producto en cada instancia de su proceso, como por ejemplo las desviaciones que ha tenido en el mes, las ventas realizadas y en estas basarnos para las correcciones actuales.
	· Queremos incorporar maquinaria digital para la elaboración de impresiones de calidad para nuestros uniformes.
	· Se invertirá semestralmente un total de 1.000.000.000 de pesos para la adquisición de clic en google desde Google bombing y así tener más garantía de visitas a nuestras páginas web

E	· Reutilizamos los materiales que sobran para realizar prendas con añadiduras y así cuidar el entorno de desechos.
	· Nuestras plantas algodonereras son de cultivación propias para no dañar el medio ambiente.
	· No utilizamos bolsas de empaquetamiento plásticas preferimos organizar cantidades de 20 a 30 uniformes en bolsas recicladas que son reutilizables para nuevos pedidos.
	· Contamos con máquinas trabajadas con luz solar aunque son muy escasas queremos implementar estas medidas para todas para así reducir costos y a su vez cuidar el entorno.
L	Tenemos constituida la empresa en la cámara de comercio
	· Contamos con los requerimientos y estándares de calidad para nuestros productos
	· Tenemos los estatutos internos muy claros y constituidos en su totalidad.
	· Tenemos en nuestra organización la aceptación y aplicación de las normas ISO 9001 que garantizan nuestra calidad y nuestra mejora constante.

Fuente: Propia

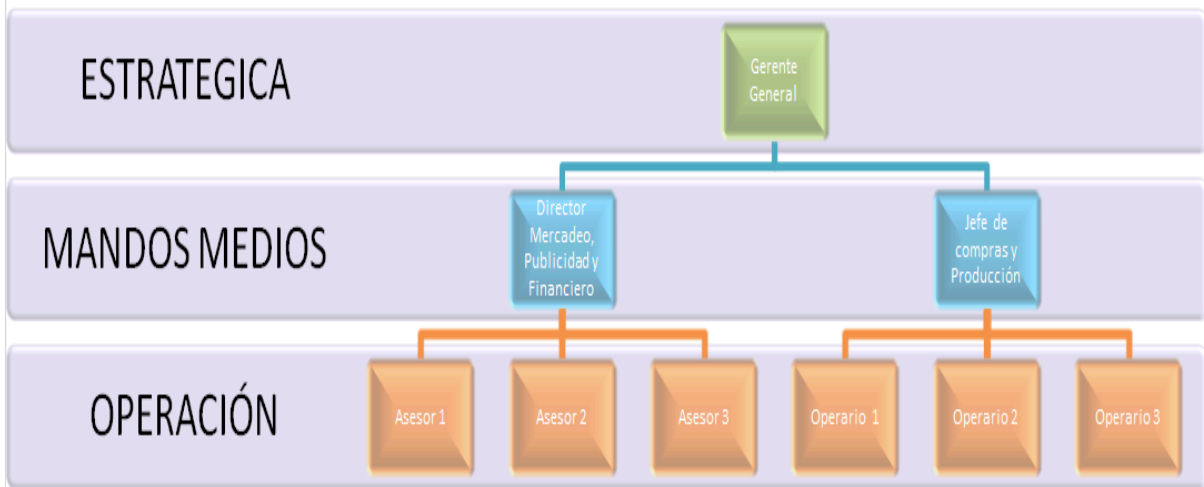
8.4.7. Cadena de Valor

Tabla 8. Cadena de Valor

INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA				
Uniform Health LTDA es una start up que tiene su origen en el 2014 que tiene sus instalaciones de producción en la ciudad de Bogotá en la localidad de Kennedy				
Su mercado objetivo está ubicado en la zona Norte de Bogotá, comprendida desde la localidad de Chapinero hasta Chico.				
ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS				
Cuenta con un modelo por competencias encabezado por los directivos del proyecto que permiten construir el mejor lugar para trabajar de la Industria textil, estrategia de inducción, acompañamiento y coaching.				
DESARROLLO TECNOLÓGICO				
Implementación de Data Warehouse para almacenar toda la información general de los procesos				
ADQUISICIONES				
Implementación de Data Warehouse para almacenar toda la información general de los procesos, clientes e históricos de la				
LOGÍSTICA DE ENTRADA	OPERACIÓN	LOGÍSTICA DE SALIDA	COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS	SERVICIOS
Cuenta con proveedores con alta experiencia en la comercialización de insumos y materias primas para el diseño y confección de Uniformes.	Selección y clasificación de materias primas.	Recepción y almacenamiento de producto terminado	Plan de marketing digital para captación, seguimiento y conversión de nuevos clientes.	Canales de comunicación con el cliente (Correo electrónico corporativo)
Cuenta con un planta de producción y punto de venta para la distribución.	Almacenamiento de materias de primas.	Facturación pedidos, planilla de despacho	Medios de comunicación masivos (Redes sociales, mailing y volanteo)	Participación en eventos
Insumos Industriales	Proceso de corte y confección	Llegada de producto terminado a Punto de Venta.	Puntos de ventas propios	Encuesta de satisfacción.
	Inclusión de Insumos industriales Control de calidad Empaquetado del producto	Camión de Distribución propio.	Reunión de con el equipo de ventas para fijar objetivos	

8.4.8 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Gráfico No. 9. Estructura organizacional



La Biblioteca Luis Ángel Arango del Banco de la República, donde se investigó sobre el tema. Ubicada en la carrera 5 con calle 11 de la misma ciudad.

Las instalaciones de la Cámara de comercio de Bogotá, ubicada en la calle 14 con carrera 9, donde se recolectó información necesaria para la investigación.

9. IDENTIFICACIÓN DEL SECTOR SEGÚN EL CÓDIGO INTERNACIONAL INDUSTRIAL UNIFORME (CIU).

El sector textil y confecciones se desempeñan en la actividad económica secundaria que corresponde a la transformación de materias primas en productos, específicamente en la industria manufacturera en la fabricación de productos textiles.

Según el Código industrial internacional uniforme nuestra empresa se encuentra clasificada dentro de las actividades económicas con el código **D181008**, que hace referencia a el sector secundario denominado como industrias manufactureras que corresponde a la fabricación de productos textiles, en la elaboración y confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel, específicamente en la fabricación de ropa de trabajo (*Cámara de Comercio de Bogotá, 2007*).

Sección: D (Industrias Manufactureras)

División: 18 (Fabricación de Productos Textiles)

Grupo: 181 (Confecciones prendas de vestir, excepto prendas de piel)

10. MARCO JURÍDICO O LEGAL

La idea de negocio según la normatividad colombiana tendrá en cuenta LAS siguientes leyes:

LEY 1014 de 2006 (Enero 26), de Fomento a la Cultura de Emprendimiento. Esta ley está reglamentada parcialmente por el Decreto Nacional 1192 del 2009.

Artículo 238 del código sustantivo del trabajo.

LEY 590 DE 2000 (Julio 10), Reglamentada por el Decreto Nacional 2473 de 2010. "Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa".

LEY 905 DE 2004 (Agosto 2). Reglamentada por el Decreto Nacional 734 de 2012 "Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones".

LEY 1438 DE 2011 (Enero 19), "Por medio de la cual se reforma el Sistema General de Seguridad Social en Salud y se dictan otras disposiciones".

10.1 CLASIFICACIÓN DE LAS MIPYMES

De acuerdo a la clasificación de las Mipymes descrita en la ley 590 del año 2000 Comfort Health EU es una empresa clasificada como Microempresa pues cumple con las siguientes características:

- Personal no superior a 10 empleados
- Activos inferiores a los 501 salarios mínimos legales vigentes (\$369.596.217 millones de pesos colombianos)

11. Administración de sueldos y salarios

La empresa **COMFORT HEALTH** maneja contrato a término fijo y su salario se asignara de la siguiente manera:

Tabla No. 9 Administración de sueldos administrativos

Nombre empleado	Salario bruto
Wilmar Eduardo Murcia	\$ 2.000.000
Eliana Castro	\$ 1.500.000
Jefe de compras	\$ 1.500.000
Total	\$ 5.000.000

Tabla No.10 Administración de sueldos operativos

Operario 1	\$ 737.717
Operario 2	\$ 737.717
Operario 3	\$ 737.717
Asesor comercial 1	\$ 737.717

Asesor comercial 2	\$ 737.717
Asesor comercial 3	\$ 737.717
Total	\$ 4.426.302

Fuente. Propia

A continuación se relaciona los gastos de nómina de la empresa Comfort Health de acuerdo a la planta de personal relacionada anteriormente:



Gráfico de Microsoft
Excel

Ilustración 1 Consolidad de Nómina

12. ESTUDIO TÉCNICO

12.1 Características Organolépticas- Ficha Técnica



Uniforme de Enfermería Unisex

Referencia: A-528

Color: Blanco

Talla: S-M-L-XL

Tela: Polyester y Anti fluidos

Línea: Casual

Especificaciones:

3 Bolsillos

1 Resorte de agarre

Descripción del producto: Blusa blanca en tela polyester cuello en V, manga corta con 3 bolsillos 1 superior y dos inferiores.

Pantalón blanco con resorte de agarre largo, bota recta.

Blusa Estampada para Dama
Referencia: A-300
Color: Azul, Rosado, Morado
Talla: S-M-L-XL
Tela: Polyester
Línea: Estampados
Especificaciones:
2 Bolsillos amplios
Cruce frontal



Descripción del producto: Blusa color azul celeste con estampados de animales en tela polyester cuello en V mas efecto cruzado delantero, manga corta con 2 bolsillos inferiores.



Blusa de Enfermería de Colores
Referencia: j-523
Color: Rojo – Azul – Blanca -
Morada
Talla: S-M-L-XL
Tela: Polyester y Anti fluidos
Línea: De Color
Especificaciones:
2 Bolsillos
1 cremallera

12. *Descripción del producto: Blusa rosa unicolor tela polyester o anti fluidos cuello en V con línea frontal color negro, manga corta con 2 bolsillos a los lados mas efecto de un segundo bolsillo. Cremallera lateral, Blusa cómoda estilo princesa.*

1

De acuerdo a la orden de producción, se hace el pedido de las materias primas necesarias a nuestros proveedores en el tiempo estimado por la empresa. Luego los insumos solicitados seleccionados de acuerdo al tipo de producto y a las condiciones de almacenamiento requeridas se reciben en la bodega de la empresa, donde se inspecciona, verifica las cantidades y las especificaciones de calidad requeridas para cada una de ellas.

2). Almacenamiento materias primas

El almacenista persona encargada de recibir, verificar y almacenar la materia prima e insumos necesarios para los procesos de producción, una vez ingresados ubica todo el material en bodega.

3). Pesaje de materia prima

El Almacenista realizamos control y peso de la materia prima, utilizando una balanza electrónica, debidamente calibrada para el peso de la materia.

4). Corte de materia prima

En este proceso persona encargada de corte se encarga de distribuir las telas de acuerdo al modelo establecido, y así mediante una cortadora metálica eléctrica, cortara el trazo de acuerdo a la guía y si es necesario unas tijeras adicionales.

5). Fileteado de prenda

Seguidamente del corte la materia prima pasa a la sección de filete donde la persona encargada filetea la forma de la prenda en base al modelo establecido, cierra cuello, mangas y cuerpo, y pantalón dejando listo para pasar a embolsillado.

6). Collarín

Después de la prenda es fileteada sus extremidades pasa por collarín en el cuello y por los bordes después de la fileteada, esta máquina es metálica.

7). Embolsillar

En este proceso la prenda pasa para los últimos detalles y terminaciones con el embolsillado, según el estilo y si lo requiriere en la blusa, pero en el pantalón se realizara el proceso sin ningún tipo de especificaciones.

8). Planchado de prendas

El último proceso de producción por el cual pasa la prenda es por planchado allí es donde una maquina vaporizadora plancha y da su forma a la prenda dejándola lista para la revisión.

9). Revisión de las prendas

Después de finalizar los procesos de confección, se considera que las prendas se encuentran imperfección que esté presente si es el caso tendrá que redirigir nuevamente el producto a la sección donde se considera que sucedió el percance donde se solucionara el problema, si no es así el las prendas pasaran por una detallada revisión de toda su textura, si se da probabilidad se doblara las prendas listas para el empaque.

10) Empaque

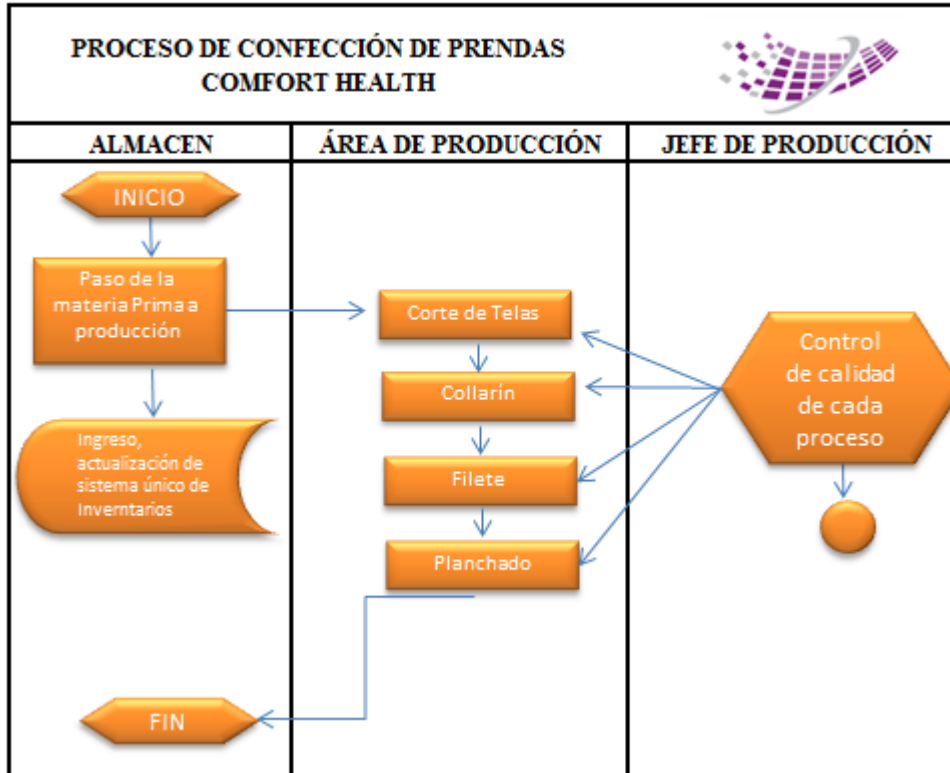
Luego de recibir las prendas previamente dobladas listas para el empaque se adicionaran la marca y etiqueta establecida por la empresa, seguidamente se empacara en bolsa plástica transparente y se sellara con cinta aislante.

12.3. DIAGRAMA DE PROCESOS

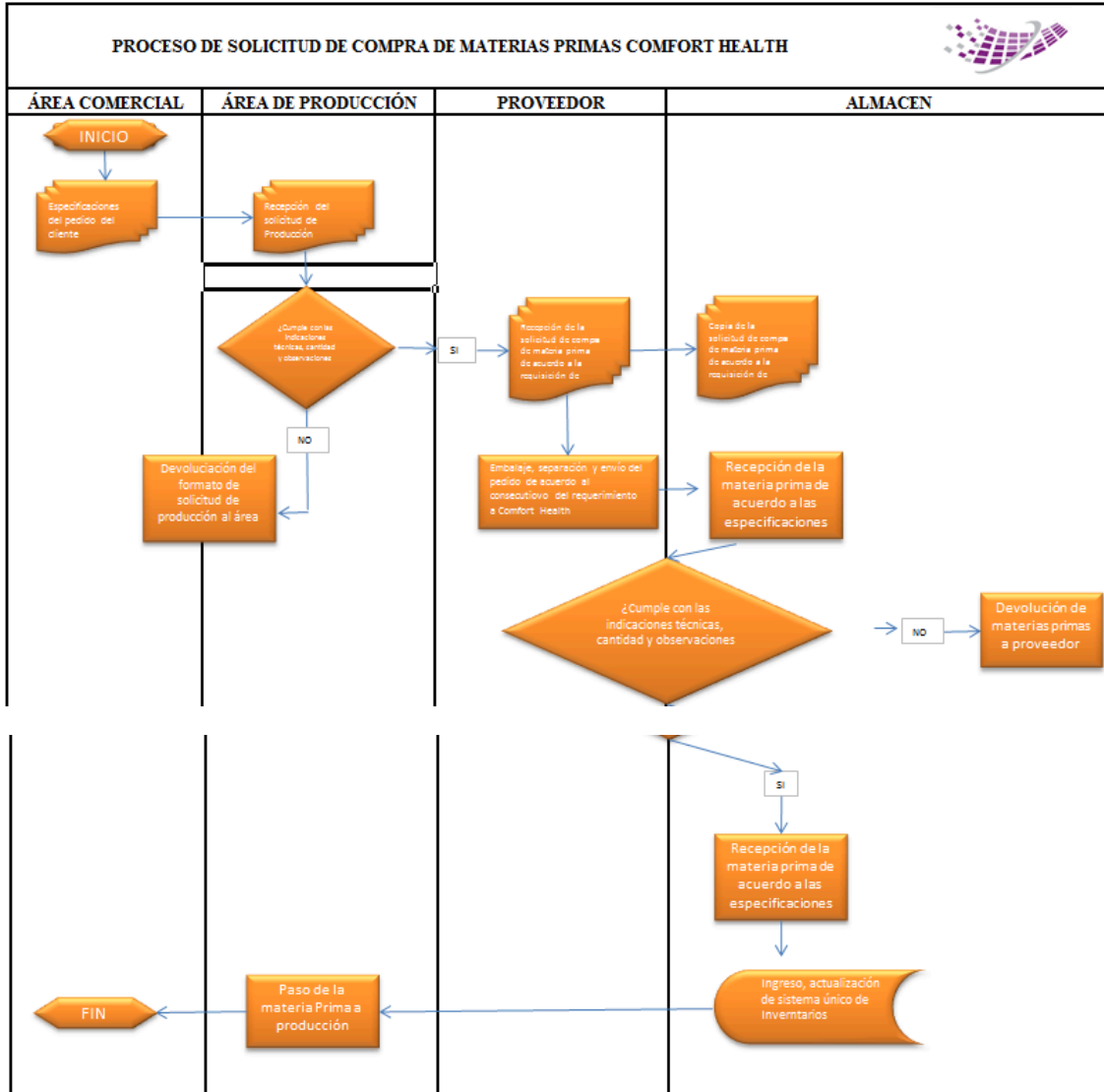
El proceso para llevar a cabo el trabajo de producción de dotación de uniformes del sector salud es la siguiente:

Diagrama de procesos

Grafica No 11 Diagrama de procesos para la confección de prendas.



Grafica No 12 diagrama de procesos



12.4. CARACTERISTICAS DE LA TECNOLOGIA

La empresa **Comfort Health** se caracteriza por manejar maquinaria e insumos industriales, no se considera la aplicabilidad de la tecnología.

12.5. EQUIPOS E INSTALACIONES

Maquina fileteadora

Grafica 13 Maquina Fileteadora

La máquina está equipada con tecnología neumática lo que permite el corte del hilo, el movimiento del prensa telas y el control de velocidad desde un solo pedal

Es de cama plana, diseñada para recubrir los orillos de la tela y adicionalmentetiene una cadeneta llamada puntada de seguridad usada solo cuando se va acerrar la prenda. Tiene un juego de cuchillas para el corte de extremos. Las operaciones más comunes en la confección de jean son: Filetear aletilla y aletillón retirando la cadeneta, cerrar costados o cerrar entrepierna



COLLARIN

Grafica 14: Collarin

- Programar el ataque de final o de principio de costura.
- Programar el tipo de costura y el largo de la puntada.



Enhebrar el hilo.

- Elevar el prénsatelas accionando el pedal único hacia detrás.
Colocar la tela.
- Accionar el pedal hacia delante para iniciar la costura.
- Cortar el hilo accionando el pedal o con tijeras. Retirar la prenda.

MAQUINA PLANA

Grafica 15: Maquina Plana

<p>Realizar puntada recta, tiene transporte Sencillo mediano, lubricación automática larga de puntada 5mm regulador de largo de puntada y sistema gancho.</p>	

Grafica 15: Plancha Industrial

PLANCHA	Equivalente a 10 planchas convencionales
	posee una placa calefactora, vaporiza las telas dándole mayor precisión y ajusto a las

prendas



CORTADORA INDUSTRIAL Es una herramienta utilizada para ahorrar tiempo en el proceso de corte de varios moldes y varios metros.



Cortadora eléctrica que esta compuesta por una cuchilla con filo.

12.6. MATERIA PRIMA

Tela estampada:

Grafica No 24



Fuente <http://search.iminent.com/SearchTheWeb/v6/3082/toolbox/>

Rollo de 100 metros con tela estampada, se cuenta con disponibilidad de tonalidad y diseños, para la elaboración de los productos.

Tela Unicolor

Grafica No 25 tela unicolor



Fuente <http://search.iminent.com/SearchTheWeb/v6/3082/toolbox/>

Rollo de 100 metros unicolor (blanco) en diferentes texturas.

Se utiliza para elaboración de uniformes de enfermería

Hilos

Se requiere para la confección de las prendas, se cuenta variedad en hilos con diferentes colores y calibres, estos ayudaran al proceso de cierre y terminados adicionales de cada una de las prendas.

Grafica No 26

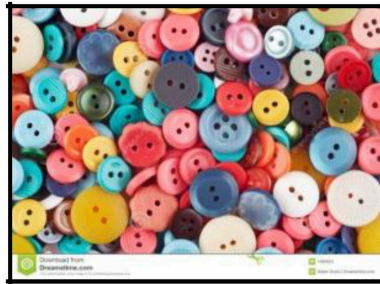


Fuente: <http://search.iminent.com/SearchTheWeb/v6/3082/toolbox/>

Se requiere para la confección de nuestras prendas variabilidad en hilos con diferentes colores y calibres, estos ayudaran al proceso de cierre y terminados adicionales de cada una de las prendas.

Botones

Grafica No 27: Botones



Fuente: <http://search.iminent.com/SearchTheWeb/v6/3082/toolbox/Result.aspx?q>

Los botones son accesorios para las prendas en alguna de ellas se requieren en otras son provisional, sin embargo se considera dentro de la materia prima.

Cremalleras

Grafica No 28 : Cremalleras



Fuente <http://search.iminent.com/SearchTheWeb/v6/3082/toolbox/>

Según el modelo que se diseñe se mira si la prenda necesita adición de cremallera, como el cual se considera parte de la materia prima.

Necesidades de materia prima

La materia prima en este proceso de confeccion y diseño de dotaciones para el servicio de la salud es de gran importancia debido a que es la razón principal de producción, con este gira el proceso con el fin de llegar a un producto terminado, la empresa **Comfort Health** trabaja con el fin de ofrecer un excelente producto con calidad en diseño y textura, y esto depende de la selección de la materia prima por eso se busca encontrar excelencia en material de trabajo, la empresa realiza una selección de telas, hilos y demás utensilios adicionales para operar sistemáticamente en función de buscar grandes resultados, es por esto que es de gran importancia la materia prima en procesos de producción hacen parte de la esencia primordial del desarrollo en una labor.

Identificación de proveedores y cotizaciones

Para la compra de la materia prima que se necesita en la producción de los uniformes se realizó una cotización donde se encontraron los siguientes datos.

Se tendrán varias opciones de proveedores a la hora de comprar los productos e insumos necesarios para el funcionamiento de la empresa los proveedores que se van a mencionaren la siguiente tabla fueron seleccionados por factores que son determinantes en la prestación del servicio los factores son:

Cercanía del establecimiento


Precios de los productos e insumos


Disponibilidad de horario para la compra

Calidad y confiabilidad de los productos

Variedad en los productos.

Grafica 29. Cotizacion 1

TELAS Y MÁS TELAS					
Presupuesto No.		1			
Dirección		Bogotá Calle 127 # 12_33			
Ciudad		Bogotá			
Provincia		Bogotá			
Teléfono 3123422		*Pagina Web* www.comforthealth.wix.com			
		Fecha Solicitud	04-04-17		
		Comercial	Juan Perez		
		Número de Cliente	1		
		Metodo de Pago	Efectivo		
		Terminos de Pedido			
Solicitado por:		Wilmar Murcia Rangel Gerente			
Producto	Cantidad	Descripción	Unidades	Precio / unidad	Precio
1	2	Tela estampada	100	\$ 650.000	\$ 1.300.000
2	2	Tela Unicolor	100	\$ 480.000	\$ 960.000
3	2	Tela Quirúrgica	100	\$ 520.000	\$ 1.040.000
4	1	Hilo	1	\$ 25.000	\$ 25.000
5					
6					
7					
8					
Subtotal					\$ 3.325.000
16,00% IVA					\$ 532.000
Costes de Envio					
Seguro					
Total					\$ 3.857.000
<i>Si tiene alguna duda sobre este presupuesto no dude en comunicarse con nosotros</i>					

TELAS EL CARNERO					
Presupuesto No.		1			
Dirección		Bogotá Calle 127 # 12_33			
Ciudad		Bogotá			
Provincia		Bogotá			
Teléfono		3123422		*Pagina Web*	
		www.comforthealth.wix.com			
		Fecha Solicitud		04-04-17	
		Comercial		Juan Perez	
		Número de Cliente		1	
		Metodo de Pago		Efectivo	
		Terminos de Pedido			
Solicitado por:		Wilmar Murcia Rangel Gerente			
Producto	Cantidad	Descripción	Unidades	Precio / unidad	Precio
1	2	Tela estampada	100	\$ 430.000	\$ 860.000
2	2	Tela Unicolor	100	\$ 265.000	\$ 530.000
3	2	Tela Quirúrgica	100	\$ 543.000	\$ 1.086.000
4	1	Hilo	1	\$ 22.000	\$ 22.000
5					
6					
7					
8					
				Subtotal	\$ 2.498.000
<i>Si tiene alguna duda sobre este presupuesto no dude en comunicarse con nosotros</i>				16,00% IVA	\$ 399.680
				Costes de Envío	
				Seguro	
				Total	\$ 2.897.680

12.7 Capacidad instalada

La capacidad instalada que se asignó para la distribución de la planta, se basa en distribuir las áreas adecuadamente según la cobertura de la bodega, se cuenta con una área de 1500 mt² con una segmentación en áreas asignadas específicamente de acuerdo al volumen de producción, adicionalmente a esto se tiene en cuenta el conteo de inmuebles que se encuentran distribuidos con necesidad a cada área.

La empresa **Comfort Health** distribuye de la siguiente manera las áreas a utilizar con sus respectivos mts, a continuación se mostrará la distribución en planta.

12.8. MANEJO DE INVENTARIOS

En la empresa **Comfort Health** maneja un estricto control en cada una de las áreas o departamentos de la empresa con referencia al manejo de la dotación en utensilios asignada para ello, es por eso que se maneja un control de inventarios, que se presentara mediante una tabla indicaciones los inmuebles y accesorios con que se cuentan.

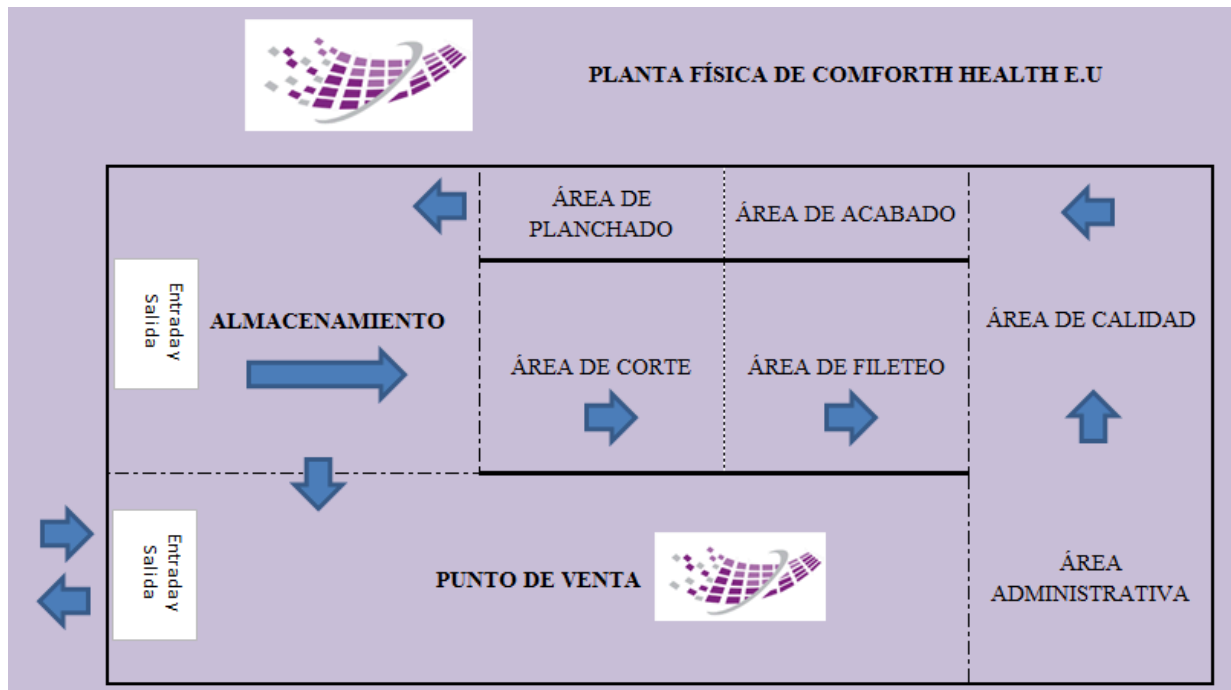
Tabla No 13. Manejo de inventarios

MANEJO DE INVENTARIOS			
ÁREA	MAQUINARIA	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
BODEGA	Pesa	1	Und
	Rolos Estampados	5	Und
	Rolos De Tela	4	Und
	Vitrina	1	Und
ÁREA DE CORTE	Cortadora Eléctrica	1	Und
	Tijeras	3	Und
	Mesa De 2M*1.5M	1	Und
	Moldes	20	Und
	Tizas	1	Und
	Regla	2	Und
ÁREA DE FILETE	Fileteadora	4	Und
	Mesa Adicional	4	Und
	Tijeras	4	Und
ÁREA DE ACABADOS	Mesa 2Mts*1.5Mts	2	Und
	Tijeras	4	Und
	Agujas	1	Caja

Fuente propia

12.9. Diseño y distribución de la planta

Grafico No 22: Distribución de la empresa



12.10 Costos de Producción

Precio

Después de evaluados y analizados todos los factores y recursos utilizados en la producción del producto del producto, se tendrá en cuenta la viabilidad de asignación de precio a cada uno de los productos.

Dentro del análisis de costos se determinaran los costos directos e indirectos de fabricación y a su vez costos variables y fijos dependiendo de los resultados obtenidos se establecerá un precio fijo del producto para cubrir la inversión realizada y además en este precio se contará con un 20% de ganancia.

A continuación, se mostrara la tabla de costos variables referentes a los uniformes de enfermería por prenda completa de dos piezas.

Tabla No 14 costo producción

Costos variables uniformes unicolor

Producto	Unidad de medida	Cantidad	valor
Tela Blanca antifluidos	Metros	2	\$ 48.000
Hilo	Gramos	200	\$ 440
Caucho de Agarre	Metros	1	\$ 500
Marquilla	Unidad	2	\$ 700
Etiqueta	Unidad	2	\$ 800
Bolsa de empaque	Unidad	1	\$ 800
Mano de Obra			\$ 7.500
Total			\$ 58.740

Porcentaje Ganancia		30%	
Costos de produccion	\$	58.740	$Cv + (CV * 30\%)$
Precio	\$	76.362	

Fuente: Propia

Para determinar el precio del producto se analizaron costos de producción por prenda dando como resultados un valor de **\$58.740**, producto por el margen de utilidad es de un 20% con el cual se multiplica por el valor total de costos de producción y luego se suma el resultado al costo inicial, A continuación se aplicara la siguiente fórmula para determinar el precio.

Mediante la fórmula se halló el precio del producto por unidad es de **\$76.400**

Costos de producto para uniformes con blusa estampada

Tabla No 15: Costos fabricación uniformes estampados

Costos variables Blusa Estampada

Producto	Unidad de medida	Cantidad	Columna22
Tela Estampada Cottor	Metros	1	\$ 28.000
Hilo	Gramos	100	\$ 220
Marquilla	Unidad	1	\$ 350
Etiqueta	Unidad	1	\$ 400
Bolsa de empaque	Unidad	1	\$ 800
Mano de Obra			\$ 3.750
Total			\$ 33.520

Porcentaje Ganancia		30%	
Costos de produccion	\$	33.520	$Cv + (CV * 30\%)$
Precio	\$	43.576	

Para determinar el precio del producto con tela estampada se analizaron costos de producción por prenda dando como resultados un valor de \$ **33.520** por producto de dos piezas se determinó con un margen de utilidad del 20% con el cual se multiplica por el valor total de costos de producción y luego se suma el resultado al costo inicial,

Mediante la fórmula se halló el precio del producto por unidad es de \$ **43.600**

El costo se determinó por tela Estampada más la materia prima adicional llegando al análisis de darnos un resultado obtenido de \$ 62.430 para uniformes de enfermería.

Costos variables Blusa Colores

Producto	Unidad de medida	Cantidad	Columna22
Tela antifluidos color	Metros	1	\$ 28.000
Hilo	Gramos	100	\$ 220
cremallera	Unidad	2	\$ 1.000
Marquilla	Unidad	1	\$ 350
Etiqueta	Unidad	1	\$ 400
Bolsa de empaque	Unidad	1	\$ 800
Mano de Obra			\$ 3.750
Total			\$ 34.520

Porcentaje Ganancia	30%	
Costos de producción	\$ 34.520	$Cv + (CV * 30\%)$
Precio	\$ 44.876	

Para determinar el precio del producto con tela estampada se analizaron costos de producción por prenda dando como resultados un valor de \$ **34.520** por producto de dos piezas se determinó con un margen de utilidad del 20% con el cual se multiplica por el valor total de costos de producción y luego se suma el resultado al costo inicial.

Mediante la fórmula se halló el precio para uniformes quirúrgicos del producto por unidad es de \$ **44.900**

Costos fijos

Tabla 18. Costos fijos

Costos Fijos

Arriendo	1,500,000
Nomina	\$14.249.741
Telefonia e internet	\$78.000
Luz	\$250.000
Agua	\$180.000
transporte	\$150.000
Publicidad	\$300.000
Total	\$15.207.741

Costos Variables

Tabla 19. Costos variables

Costos Variables

Tela en rollos	\$2.800.000
Marquillas	\$350.000
Hilos	\$66.000
Etiquetas	\$400.000
Hilo caucho	\$50.000
Bolsa de empaque	\$40.000
Botones	\$28.800
Total	\$3.734.800

13. PROYECCIÓN DE VENTAS Y ANÁLISIS DE PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es el nivel de ventas que permite cubrir los costos tanto fijos como variables, dicho de esta manera es el punto en el cual la empresa ni pierde ni gana.

punto de equilibrio			
PE:	CF	X: \$	15.207.741
	P-CV		24220
		X: \$	15.207.741
			\$24.220
		X:	628

punto de equilibrio en \$															
COSTOS FIJOS	\$	15.207.741													
COSTOS VARIABLES	\$	34.520													
UNIDADES A VENDER	\$	628													
			<table border="0"> <tr> <td style="text-align: center;"><u>COSTOS FIJOS</u></td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">* <u>COSTOS VARIABLES</u></td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;">UNIDADES</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">\$</td> <td style="text-align: center;">15.207.741</td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;">= \$ 15.489.532</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">- 0,02</td> </tr> </table>	<u>COSTOS FIJOS</u>		1	* <u>COSTOS VARIABLES</u>		UNIDADES	\$	15.207.741		= \$ 15.489.532	1	- 0,02
<u>COSTOS FIJOS</u>															
1	* <u>COSTOS VARIABLES</u>														
	UNIDADES														
\$	15.207.741														
	= \$ 15.489.532														
1	- 0,02														

El punto de equilibrio determinado por producción mensual es de 1.001 unidades mínimas, concluyendo que por debajo de este valor representa pérdidas para la empresa y aumento representa ganancias.

Punto de equilibrio en representación de ganancias económicas

PRECIO DE VENTA	\$	58.740
UNIDADES A VENDER		628
INGRESO TOTAL	\$	36.888.720,00

Mediante la multiplicación de las unidades mínimas de producción por el precio del producto nos genera un ingreso económico de **\$ 36.888.720**



Hoja de cálculo de
Microsoft Excel

Ilustración 2 Análisis de Producción



Hoja de cálculo de
Microsoft Excel

Ilustración 3 Análisis Financiero

CONCLUSIONES

La iniciativa de la puesta en marcha de un **Comfort Health** con identidad colombiana, se generó con el fin de brindar diferentes alternativas en cuanto a productos y servicios en un mismo lugar, debido a que en el sector de Zona Norte no existe un establecimiento que reúna todas estas características para satisfacer las necesidades del cliente.

El estudio de mercados realizado, arrojó que este tipo de establecimiento tiene gran aceptación en el sector de investigación debido a los productos y servicios tuvo un

grado de aprobación del 85% y esto a su vez se convierte en una ventaja competitiva, que permite atraer por medio de reconocimiento y publicidad con el personal de salud para adquirir nuestros productos.

La creación Comfort health, tiene un impacto social positivo para el sector, puesto que se pretende alcanzar un alto porcentaje de participación con los clientes y por ende en el sector de Zona norte de Bogota aumenta su actual reconocimiento.

El estudio técnico permitió establecer las características de la maquinaria y equipo y medir la infraestructura de 1500 metros cuadrados, para la operatividad diaria del establecimiento. De igual forma, determinar los tiempos, procesos y personal para cada uno de los puestos de trabajo.

Por medio del diagnóstico del entorno interno y externo de la compañía se analizó que los factores más relevantes son las fortalezas y oportunidades medias, que contrarrestan las debilidades y amenazas que pueden afectar el desempeño de la organización.

Con el estudio administrativo, se estipularon las pautas de planeación estratégica, los deberes y derechos de empleados y empleadores que encaminan al buen funcionamiento del clima organizacional.

El estudio financiero, recopiló la información de costos, gastos e ingresos del estudio de mercados, técnico, administrativo y legal, con lo cual se estableció un punto de equilibrio \$ **1.001,30** de ventas mensuales.

La evaluación financiera permitió determinar la viabilidad del proyecto y la recuperación de la inversión en un tiempo inferior a un año.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BACA CURREA, Guillermo. Ingeniería Económica. Colombia. Fondo Educativo Panamericano. 2002.

CHIAVENATO, Idalberto. Administración de los recursos humanos. Segunda edición. Bogotá. Mc Graw Hill. 1998

CHIAVENATO, Idalberto. Introducción a la teoría general de la administración. Quinta edición. México. Mc Graw Hill. Año 2000.

DONNELLY GIBSON, Ivancevich. Dirección y Administración de Empresas. Octava Edición. Estados Unidos. Addison-Wesley Iberoamericana. 1994

GOMEZ BRAVO, Oscar. Contabilidad de costos. Cuarta edición. Bogotá. Mc Graw Hill. 2003

Cerda Gutiérrez, Hugo; La investigación total La unidad metodológica en la investigación científica;; Editor: Cooperativa Editorial Magisterio; Fecha de pub:1997; ISBN:9582000589