



**FACULTAD INGENIERIA
PROGRAMA DE INGENIERIA INDUSTRIAL
BOGOTÁ D.C.**

LICENCIA CREATIVE COMMONS: Atribución no comercial

AÑO DE ELABORACIÓN: 2018

TÍTULO: Plan de negocios para la comercialización de lencería femenina con adornos decorativos en la ciudad de Bogotá.

AUTOR: Chaparro Beltran, Yiseth Magaly.

DIRECTOR/ASESOR:

Hernandez, Jose Alejandro:

MODALIDAD:

Emprendimiento

PÁGINAS: 118 **TABLAS:** 0 **CUADROS:** 41 **FIGURAS:** 56 **ANEXOS:** 2

CONTENIDO:

INTRODUCCIÓN

1. GENERALIDADES
2. ANÁLISIS DE RESULTADOS ESTUDIO DE MERCADO
3. ESTUDIO LEGAL, ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVO
4. ESTUDIO TÉCNICO, PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS OPERATIVOS Y REQUERIMIENTOS PARA EL DISEÑO Y CONFECCIÓN DE LENCERÍA FEMENINA CON ADORNOS DECORATIVOS

ANEXOS

DESCRIPCIÓN: Se realizó un plan de negocio orientado a determinar la viabilidad de comercializar lencería femenina modificada con adornos decorativos en la

**RESUMEN ANALÍTICO EN EDUCACIÓN
- RAE -**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
de Colombia
Vigilada Mineducación

RIUCaC

ciudad de Bogotá, para lo cual se estableció una metodología de trabajo en la que, se llevó a cabo un estudio de mercado para analizar el comportamiento del sector, además de identificar información clave para realizar estimaciones de mercado y proyecciones de ventas.

METODOLOGÍA: Es un estudio descriptivo, puesto que dentro de los objetivos planteados se pretende identificar diferentes factores relacionados con el mercado de lencería femenina en la ciudad de Bogotá. El estudio se realizará en un período de tiempo específico, es decir que es de corte transversal, con lo que se obtendrá información en una fecha determinada.

PALABRAS CLAVE:

EMPRENDIMIENTO, OPORTUNIDADES DE NEGOCIO, MERCADO POTENCIAL, PROYECCION DE VENTAS.

CONCLUSIONES:

➤ Con la investigación de mercados, se pudo establecer que el mercado de ropa interior en el país ha sido uno de los más representativos y dinámicos en los últimos años, mostrando que desde 2015 la producción de este tipo de prendas supera los 102 millones de unidades aumentando en un 24.9% anual; logrando con esto ventas aproximadas por \$931.000 billones, con una variación superior a 8% por año. Se destaca que Bogotá es la ciudad con mayor concentración de consumo de lencería con un 30% del total de ropa interior que se producen en el país.

➤ Así mismo se pudo determinar que, el perfil del consumidor de lencería estilo sexy y/o erótica es muy amplio y abarca mujeres con edades desde los 20 años hasta los 50 años, lo que se pudo corroborar con la aplicación de la encuesta, lo que permite establecer que se tendrá un mercado amplio para cubrir, adicionalmente, se determinó que cada día crece el porcentaje de mujeres que ingresan al mercado laboral entre 10% y 15% anual y que su nivel de ingresos esta entre 1 y 2 salarios mínimos legales vigentes, lo que les brinda la oportunidad destinar un porcentaje de sus ingresos a la compra de lencería.

➤ Por otro lado, se determinó que las principales razones de compra de lencería por parte de las, mujeres son la comodidad, el material y el diseño, resaltándose que sólo un porcentaje mínimo compra lencería teniendo en cuenta la marca, sin



embargo, el diseño y reconocimiento de marca se convierte en un aspecto representativo para posicionarse en los diferentes mercados, por lo que se debe mezclar no sólo calidad, diseño, estilo y precio, sino que se le debe empezar a posicionar la marca. En este sentido, se pudo determinar que el mercado de lencería sexy se limita casi exclusivamente diseños de encaje y transparencias, no a lencería modificada con adornos decorativos, por lo que al ser un producto nuevo, llama la atención en las mujeres como se pudo observar con el resultado de la encuesta, ya que el 87% de la muestra participantes estaría dispuesta a adquirir prendas de este tipo, es decir hay una gran oportunidad.

➤ En cuanto a los resultados del estudio organizacional y administrativo, se pudo establecer que el mayor porcentaje de personal requerido se orienta hacia la parte operativa, teniendo en cuenta que las actividades que conforman el proceso productivo son en su mayoría manuales, se requiere más personal para cubrir la producción de unidades que se ha estimado. En cuanto a la parte administrativa, la empresa en su inicio solo requerirá de una gerente general, un director comercial y jefe de producción, en cuanto a personal administrativo auxiliar, inicialmente solo se necesitará de una secretaria y dos vendedores, uno ubicado en punto de venta y otros realizando ventas por catálogo o a pedido.

➤ Por otro lado, con la realización del estudio técnico se pudo diseñar un proceso productivo en el que se tuvo en cuenta cada actividad a ejecutarse para la modificación de las prendas, las cuales serán siempre las mismas, por lo tanto se usará un sistema de producción lineal, con estaciones de trabajo definidas para cada actividad, y cuya distribución en planta será igualmente lineal, permitiendo que no haya mucho movimiento de las prendas ni de materias primas, lo que supone ahorro de tiempo. En este sentido, un aspecto clave a tener en cuenta y que en un futuro se podría mejorar es que la mayoría de las actividades de modificación de las prendas son manuales, por lo que se podrían iniciar investigaciones para volver algunos de los procedimientos más mecánicos como la postura de los adornos y cadenas, reduciendo con esto el tiempo de producción y aumentando la capacidad productiva. Finalmente, en lo que a materia prima e insumos se refiere, se pudo concluir que éstos son de fácil adquisición y los precios cómodos, por lo que la producción no se verá afectada en este aspecto.

➤ En cuanto a los requerimientos de infraestructura y recursos, se pudo establecer que para el proceso productivo no se necesitan grandes maquinarias, se necesitaran más herramientas de bajo costo y mobiliario adecuado para estos

**RESUMEN ANALÍTICO EN EDUCACIÓN
- RAE -**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
de Colombia
Vigilada Mineducación

RIUCaC

trabajos de confección; en lo que a infraestructura se refiere, se necesitará una bodega de aproximadamente 60M2, dotada con los servicios básicos.

➤ Ahora bien, en cuando al análisis financiero realizado, y de acuerdo a los datos recopilados con la encuesta, se pudo determinar la cantidad de unidades a producir por prenda, según la intención de compra de las personas que participaron en la muestra y la cantidad de prendas que adquirirían, con esto se realizó la proyección de ventas por producto mensual y anual tomando solo el 5% del mercado potencial, mostrando rentabilidad desde el segundo año de funcionamiento de la empresas, teniendo en cuenta que la inversión es alta y que el 90% de ésta será financiada a 5 años, por lo que se tendrá una tasa interna de retorno del 49% y un período de recuperación de la inversión de dos años 1 año y 3 meses.

➤ Con la realización de la investigación y estructuración del plan de negocio, se logró no solo poner en práctica elementos de ingeniería estudiados a lo largo de la carrera, sino que además se pudo desarrollar un trabajo enriquecedor en el tema relacionado con el emprendimiento, pues lo que inicialmente ha sido una segunda opción para generar ingresos, realizada de manera paulatina, se puede convertir en una empresa o idea de negocio exitosa.

➤ Así mismo, a nivel personal se pudo comprender la importancia que tiene llevar a cabo los planes de negocio, para la toma de decisiones en cuanto a creación de empresa, pues éste es de gran ayuda a la hora de dimensionar las oportunidades que se tienen en los diferentes mercados, así como determinar si una empresa o idea de negocio tendrá los resultados que se esperan, pues se basará en datos e información verídica no en supuestos, que es el error que cometen muchos emprendedores cuando inician, que basan su idea de negocio en supuestos, lo que en muchas ocasiones termina en un fracaso o generación de pérdidas.

FUENTES:

ALMOGUERA SAN MARTÍN, José Antonio. Manual Práctico del Emprendedor. Madrid: Megaconsulting, 2010. 250 p.



ARROYO CAÑADA, Francisco Javier; SÁNCHEZ TORRES, Javier y SOLÉ MORO, María LLuïsa. La calidad e innovación como factores de diferenciación para el comercio electrónico de ropa interior de una marca latinoamericana en España. En: Contabilidad y Negocios. Marzo – junio, 2017. vol. 12, no. 23

BARONA, Alberto. Importancia del plan de negocios [en línea]. Bogotá: Grupo Albe Consultoría [citado 18 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.grupoalbe.com/importancia-del-plan-de-negocios/>>

BECERRA PLATIN, Juan Diego. La magia de la ropa interior [en línea]. Bogotá: Revista Fucsia [citado 16 septiembre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.fucsia.co/edicion-impresa/articulo/la-magia-ropa-interior/8546>>

CENTRO VIRTUAL DE NEGOCIOS. Industria Textil en Colombia [en línea]. Bogotá: CVN [citado 28 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.cvn.com.co/industria-textil-en-colombia-el-crecimiento-del-sector-y-las-exportaciones-en-2016/>>

COLOMBIA. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Manual para la elaboración de planes de negocios. Bogotá: Corporación Ventures, 2010. 185 p.

DIARIO LA REPUBLICA. Leonisa, Éxito y Carmel son las empresas líderes en el segmento de ropa interior [en línea]. Bogotá: El Diario [citado 15 septiembre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.larepublica.co/empresas/leonisa-exito-y-carmel-son-las-empresas-lideres-en-el-segmento-de-ropa-interior-2424226>>

EDELMAN, Lauren B. y SUCHMAN, Mark C. The Legal Environments of Organizations. En: Annual Review of Sociology. August – September, 1997. vol. 23.

EMPRENDE PYME. La idea de negocio [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 18 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.emprendepyme.net/crear-empresa/idea-de-negocio>>

E-TECNICO. Estudio técnico [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 19 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://e-tecnico.webnode.es/servicios/>>



FERNÁNDEZ SANTOS, Elsa. Seducción íntima [en línea]. Bogotá: El Diario El País [citado 16 septiembre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: https://elpais.com/elpais/2015/12/15/eps/1450179249_867647.html>

FUNDACIÓN ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE. La persona emprendedora y la idea de negocio. Madrid: Fondo Social Europeo dentro del Programa Operativo Lucha contra la Discriminación, 2013. 120 p.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). Global Report 2017 - 2018. Massachusetts: Babson, 2018. 156 p.

JOYA ENERGY. Tendencias en lencería femenina [en línea]. Madrid: La Empresa [citado 20 septiembre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.joya.life/blog/las-tendencias-en-lenceria-femenina/>>

JUNTA DE ANDALUCIA. ¿Por qué es necesario elaborar un plan de negocio? [en línea]. Andalucía: La Empresa [citado 18 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.autoempleoandalucia.ccoo.es/plan-de-negocios/por-que-es-necesario-elaborar-un-plan-de-negocio/>>

MARKETING XXI. Análisis DAFO/FODA/SWOT [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 19 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.marketing-xxi.com/analisis-dafo-18.htm>>

METCALF, Thomas. Three Problems of Entrepreneurship [en línea]. Houston: Hearst Newspapers [citado 18 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://smallbusiness.chron.com/three-problems-entrepreneurship-76648.html>>

MOLINA CHASI, Blanca Isabel. Estrategia de posicionamiento para la comercialización de ropa de damas talla plus en la ciudad de Guayaquil [en línea]. Guayaquil [citado 29 septiembre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/ropa.html>>

MORALES, Carlos Mario. Formulación y Evaluación de Proyectos Unidad de Aprendizaje Estudio Organizacional y Legal Notas de Clase [en línea]. Bogotá: Fydeproyectos [citado 19 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: https://fydeproyectos2.files.wordpress.com/2010/07/notas-de-clase_1.pdf>



PARSONS, Noah. How to Write a Business Plan [en línea]. Miami: Bplans Resource [citado 25 septiembre, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://articles.bplans.com/how-to-write-a-business-plan/>>

PROCOLOMBIA. Las brasieres son las prendas que más importa el mercado británico [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 20 septiembre, 2018]. Disponible en Internet: <<http://www.procolombia.co/actualidad-internacional/confecciones/los-brasieres-son-las-prendas-que-mas-importa-el-mercado-britanico>>

REVISTA DINERO. ¿Por qué fracasan las pymes en Colombia? [en línea]. Bogotá: La Revista [citado 18 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.dinero.com/economia/articulo/pymes-colombia/212958>>

REVISTA DINERO. Emprender en Colombia: ¿Cuestión de oportunidad o subsistencia? [en línea]. Bogotá: La Revista [citado 18 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/emprendimiento-en-colombia-es-por-subsistencia-segun-informe-gem/247484>>

ROMERO, Andrés. La importancia del emprendimiento en Colombia [en línea]. Bogotá: Universidad Externado de Colombia [citado 18 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <http://dernegocios.uexternado.edu.co/negociacion/la-importancia-del-emprendimiento-en-colombia/>>

ROSETO SARASTY, Oscar M. y MOLINA, Sandra. Sobre la investigación en emprendimiento. En: Informes Psicológicos. Enero –Junio, 2008. no. 10

SUPERINTENDENCIA FINANCIERA. Desempeño del sector textil-confección. Bogotá: Grupo de Estudios Económicos y Financieros, 2017. 110 p.

TARCICA, Johnny y GONZÁLEZ, Max. 120 descripciones de puestos. Madrid: Suite, 2014. p.1

VARGAS BRAND, Leopoldo. Colombia: Así luce el mercado de la moda en el país [en línea]. Bogotá: América Retail [citado 28 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: <https://www.america-retail.com/colombia/colombia-asi-luce-el-mercado-de-la-moda-en-el-pais/>>

**RESUMEN ANALÍTICO EN EDUCACIÓN
- RAE -**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
de Colombia
Vigilada Mineducación

RIUCaC

WEINBERGER VILLARÁN, Karen. Plan De Negocios. Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio. Lima: Mi Pyme competitiva, 2009. 358 p.

WOLTERS KLUWER. Surrounding analysis [en línea]. Madrid: La Empresa [citado 19 agosto, 2018]. Disponible en Internet: <URL: [http:// business dictionary.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAAAEA MtMSbF1jTAAASNDSzNLtbLUouLM_DxblwMDS0MDIwuQQGZapUt-ckhIQaptWmJO cSoA5CRcPzUAAAA=WKE](http://businessdictionary.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAAAEA MtMSbF1jTAAASNDSzNLtbLUouLM_DxblwMDS0MDIwuQQGZapUt-ckhIQaptWmJO cSoA5CRcPzUAAAA=WKE)>

LISTA DE ANEXOS:

Anexo A. Acta de Constitución

Anexo B. RUT y Cámara de Comercio