



COMERCIALIZACION DE PRENDAS DE VESTIR PARA MUJERES Y HOMBRES.

BROTHER SUDACA
ANTIOQUIA
2014



**COMERCIALIZACION DE PRENDAS DE VESTIR PARA MUJERES Y
HOMBRES.
Plan de Negocios**

**BROTHER SUDACA
DEPARTAMENTO ANTIOQUIA
MEDELLIN, AGOSTO 2014**

**COMERCIALIZACION DE PRENDAS DE ROPA FASHION
Contenido - Plan de Negocio**

RESUMEN EJECUTIVO

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

- 3.1. Nombre de la Empresa
- 3.2. Descripción de la Empresa
- 3.3. Misión y Visión de la Empresa
- 3.4. Objetivos a corto, mediano y largo plazo
- 3.5. Ventajas Competitivas
- 3.6. Necesidad o problema que se quiere intervenir
- 3.7. Relación de productos y/o servicios
- 3.8. Justificación del Negocio
- 3.9. Análisis del entorno y del sector
- 3.10. Conocimientos para entrar en el Negocio

4. ANALISIS DEL MERCADO

- 4.1. Objetivos de Mercadeo
- 4.2. Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios
- 4.3. El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios
 - 4.3.1. El Mercado Meta
 - 4.3.2. Estudio del Mercado Consumidor
- 4.4. El Mercado Proveedor
 - 4.4.1. Proveedores
 - 4.4.2. Estudio del Mercado de Proveedor
- 4.5. El Mercado Competidor
 - 4.5.1. Competidores
 - 4.5.2. Estudio del Mercado Competidor
- 4.6. El Mercado Distribuidor
 - 4.6.1. Distribución
 - 4.6.2. Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)
 - 4.6.3. Distribución Directa (En caso de ser aplicable)
 - 4.6.4. Manejo de Inventarios
 - 4.6.5. Comunicación
 - 4.6.6. Actividades de promoción y divulgación
- 4.7. Precios de los Productos
 - 4.7.1. Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos
 - 4.7.2. Los Precios de los productos tomando como base los Costos
 - 4.7.3. Los Precios de los Productos propuestos
 - 4.7.3.1. Precios de Ventas Internacional, cantidades mínimas de pedidos
 - 4.7.4. Política de Precios
- 4.8. Costos asociados a las Actividades de Comercialización
- 4.9. Riesgos y Oportunidades del mercado
- 4.10. Plan de ventas

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

- 5.1. Objetivos de producción
- 5.2. Descripción del proceso de producción
- 5.3. Capacidad de producción

- 5.4. Plan de Producción
- 5.5. Recursos materiales y humanos para la producción
 - 5.5.1. Locaciones
 - 5.5.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.
 - 5.5.3. Requerimientos de materiales e insumos.
 - 5.5.4. Requerimientos de servicios.
 - 5.5.5. Requerimientos de personal.
- 5.6. Programa de producción

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

- 6.1. Procesos Administrativos
 - 6.1.1. Descripción de los procesos administrativos
 - 6.1.2. Procesos administrativos externalizados
- 6.2. Estructura Organizacional del Negocio
 - 6.2.1. Organigrama
 - 6.2.2. Descripción funcional de la Organización
- 6.3. Recursos materiales y humanos para la administración
 - 6.3.1. Locaciones
 - 6.3.2. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.
 - 6.3.3. Requerimientos de materiales de oficina.
 - 6.3.4. Requerimientos de servicios.
 - 6.3.5. Requerimientos de personal
- 6.4. Programa de administración

7. ASPECTOS LEGALES

- 7.1. Tipo de Organización empresarial
- 7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

8. ASPECTOS FINANCIEROS

- 8.1. Estructura Financiera del proyecto
 - 8.1.1. Recursos Propios
 - 8.1.2. Créditos y Préstamos Bancarios
- 8.2. Ingresos y Egresos
 - 8.2.1. Ingresos
 - 8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.
 - 8.2.1.2 Otros Ingresos
 - 8.2.2. Egresos
 - 8.2.2.1. Inversiones
 - 8.2.2.2. Costos
 - 8.2.2.3. Gastos
 - 8.2.2.4. Gastos Financieros
- 8.3. Estados Financieros Proyectados
 - 8.3.1. Flujo de Caja
 - 8.3.2. Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)
 - 8.3.3. Balance General
- 8.4. Evaluación financiera del proyecto
 - 8.4.1. Valor Presente Neto
 - 8.4.2. Tasa Interna de Retorno
 - 8.4.3. Indicadores Financieros proyectados

8.4.4. Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

8.4.5. Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

9. CONSIDERACIONES FINALES
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RESUMEN EJECUTIVO

Con el presente trabajo pretendemos lograr el objetivo de crear nuestra empresa, BROTHER SUDACA, la cual pueda satisfacer las necesidades y expectativas que tienen nuestros clientes sobre las prendas que diseñamos, confeccionamos y comercializamos tanto a nivel nacional como en Brasil, blusas, camisas y camisetas de dama y hombre.

En la ciudad de Medellín se tuvo la iniciativa de innovar en el mercado produciendo nuestras prendas, desde entonces empezamos una investigación de mercado a través de encuestas donde identificamos que el proyecto podía ser viable, además Se hicieron inicialmente unas camisetas básicas para la fundación Andresen de Cucuta, con el nombre BROTHER SUDACA(hermanos suramericanos), y cada persona que comprara este tipo de camiseta, estaría donando el 10% a dicha fundación, inmediatamente se vendieron y esta fue la razón que nos motivó a apropiarnos de la marca y seguirla comercializando sin dejar de lado ese compromiso social a partir de la investigación de mercado se vio la oportunidad de negocio y finalmente decidimos enfocarnos en colecciones para hombres y mujeres.

Dentro de este proyecto definimos proveedores, entidades bancarias con la cual podemos hacer el crédito para financiar el proyecto, selección de empresas maquiladoras para nuestras prendas, y teniendo claro que queremos incursionar en el sector textil poco a poco para llegar a ser una de las empresas más importantes en el sector textil, en Colombia y Brasil y luego en Latinoamérica, el presente trabajo demostró que el proyecto actual es viable en aspectos financieros, y se espera que se tengan márgenes de contribución altos que superen las expectativas a corto, mediano y largo plazo.

La empresa BROTHER SUDACA dentro tiene como funciones el diseño, y la comercialización de excelentes diseños que impacten en el mercado, y que el cliente quede totalmente satisfecho con la disposición de comprar nuevamente y hacer un buen voz a voz que le permita crecer cada vez más a la empresa.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Diana marcela Marín Piedrahita.

Identificación: 1036614844 **Teléfono:** 3436044 **Celular:** 3003342491
Dirección: Cra 77 No 16-039 **Barrio:** Belén
Ciudad Medellín **Correo electrónica:** Dianamapi@hotmail.com

Mayra Alejandra Galeano Chavarriaga

Identificación: 1.37.636.245 **Teléfono:** 4264443 **Celular:** 3122336225
Dirección: Carrera 93a No 64F-65 **Barrio:** Robledo
Ciudad Medellín **Correo electrónica:** aleja-2308@hotmail.com

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Todo empezó como una responsabilidad social, donde queríamos intervenir de forma muy positiva con la fundación Asilo Andresen de Cúcuta, una fundación que apoya el desarrollo y bienestar de la niñez.

Se hicieron inicialmente unas camisetas básicas con el nombre BROTHER SUDACA (hermanos suramericanos), y cada persona que comprara este tipo de camiseta, estaría donando el 10% a dicha fundación, inmediatamente se vendieron y esta fue la razón que nos motivó a apropiarnos de la marca y seguirla comercializando sin dejar de lado ese compromiso social.

Pretendemos plasmar todos los conocimientos adquiridos para sacar adelante este proyecto, el cual va más allá de una simple venta, es un proyecto que se esmera por ayudar a la niñez quienes son el futuro de la Colombia que todos esperamos llena de emprendimiento, paz y amor.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

Grafica # 1

Pantalla de cámara de comercio.

Contáctenos ¿Qué es el RUES? Cámaras de Comercio

RUES Registro Único Empresarial y Social
Cámaras de Comercio

Confecámaras
Red de Cámaras de Comercio

Inicio Consultas Reporte de Veedurías Acceso privado

Realice aquí su consulta empresarial o social

Consulte si una empresa o persona natural está inscrita en el registro mercantil de las cámaras de comercio del país. Escoja el criterio que se ajuste a sus necesidades.

Razón Social Nombre Razón Social Palabra Clave Número de Identificación Matrícula Mercantil Registro Nacional de Turismo

Los resultados de la consulta por nombre siempre se mostrarán en orden alfabético, y retorna todos aquellos comerciantes cuya razón social o sigla inicie con las palabras ingresadas.
Instrucciones adicionales para la consulta de Homonimia y Condiciones de Uso

Razón social: BROTHER SUDACA Consultar

Advertencia:
La consulta por Nombre no ha retornado resultados

RM - Registro Mercantil RUP - Registro Único de Proponentes ESAL - Entidad Sin Animo de Lucro RNT - Registro Nacional de Turismo

CONFECAMARAS - Gerencia Registro Único Empresarial y Social Carrera 13 No 26A - 47 of 502 Bogotá, Colombia

Fuente: Cámara de comercio de Medellín

3.1 BROTHER SUDACA

Diseño y comercialización de prendas de vestir para mujeres y hombres con excelente calidad y servicio.

Grafica # 2

Publicidad BROTHER SUDACA.



Fuente: construcción propia

3.2 Descripción de la Empresa

BROTHER SUDACA

Las exigencias de la moda son cada vez más altas y se necesitan día a día prendas de vestir que cumplan con las exigencias que el cliente requiere, dando a conocer tendencias juveniles, casuales y frescas, que den confort a quien las lleve puestas; es por eso que llega a Colombia BROTHER SUDACA, una marca que se proyecta hacia el mercado suramericano, que trabaja arduamente para satisfacer a sus consumidores con prendas elaboradas en excelentes textiles, con estampados llamativos de gran calidad que muestran el esfuerzo y dedicación de cada uno de los miembros de la empresa, siempre realizando donaciones a la fundación Asilo Andresen de Cúcuta (www.asiloandresen.galeon.com) por cada prenda que se venda.

3.3 Misión y Visión de la Empresa

MISION

BROTHER SUDACA es una empresa dedicada a la comercialización de prendas de ropa fashion de alta calidad, dirigida a los jóvenes y adultos que deseen estar a la vanguardia de la moda, renovando continuamente nuestras colecciones para cumplir con las exigencias del cliente, además proporcionando estabilidad a los participantes de la empresa y trabajando para la sociedad por medio de fundaciones para la niñez.

VISION

En el 2020 BROTHER SUDACA será líder en la comercialización de prendas de vestir reconocida por sus innovadores diseños y calidad, satisfaciendo el mercado local y países suramericanos.

VALORES

- Creatividad
- Transparencia
- Confiabilidad
- Compromiso
- Responsabilidad Social

3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

OBJETIVO PRINCIPAL

Satisfacer las necesidades y expectativas que tienen nuestros clientes sobre las prendas que diseñamos, confeccionamos y comercializamos tanto a nivel nacional como en Brasil.

OBJETIVO A CORTO PLAZO

- Diseñar e implementar planes de capacitación para mejorar el desempeño laboral de cada trabajador así como incrementar la motivación y el compromiso con la empresa.
- Incrementar ventas mensuales para el segundo semestre del 2014.
- Lograr eficacia en despachos de mercancía y en la rotación del producto.

OBJETIVO A MEDIANO PLAZO

- Posicionarnos a nivel textil como una de las empresas más exitosas en cuanto a prendas de vestir en Colombia y Brasil.

- Duplicar producción antes de finalizar año 2015.

OBJETIVO A LARGO PLAZO

- Abrir una boutique en Medellín para vender nuestros productos.
- Generar utilidades y mayor rentabilidad.
- Aumentar los activos de la empresa y crecer en el mercado.

3.5 Ventajas Competitivas

1. las prendas de BROTHER SUDACA son exclusivas, pues solo se sacan limitados diseños por referencia
2. proponemos sacar colección cada 2 meses inicialmente, de esa forma el cliente siempre estará a la vanguardia de la moda teniendo en cuenta que nuestra marca está enfocada en el estilo británico.
3. Si la persona compra alguna de nuestras prendas siempre va a estar apoyando a la niñez colombiana, pues se dona un porcentaje por la venta de cada una de ellas.
4. Las prendas de mujer van a estar acompañadas de un accesorio (bisutería, top, o empaque reutilizable para el cliente), así damos un valor agregado a nuestra marca.
5. El cliente puede diseñar su prenda.

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

La sociedad busca prendas de vestir cómodas, exclusivas y con alto grado diferenciador que les permita mantener una apariencia perfecta, muchas marcas están dedicadas a sacar cantidades de una sola referencia uniformando a todos los consumidores, mientras que nosotros vamos a darle al cliente la seguridad de que las prendas BROTHER SUDACA van a ser limitadas en cuanto a cantidad que se produzca de cada referencia, también queremos que el cliente pueda diseñar su propia prenda ya que los gustos son variables, con la condición de que BROTHER SUDACA apruebe el diseño que la persona elija y cumpla con parámetros establecidos para sacar la prenda al mercado, este valor agregado que le damos al cliente tendría un costo adicional.

3.7 Relación de productos y/o servicios

- Blusas y camisas de dama, en diferentes telas y estampados con un estilo británico, confeccionadas en tejido de punto y tejido plano.
- Camisas y camisetas de hombre confeccionadas en tejido de punto y tejido plano.

3.8 Justificación del Negocio

Nuestra idea de negocio es importante porque no solo se hará la comercialización de las prendas, los compradores internacionales llevarán un

excelente producto, y ayudaran al progreso del país, dándole a una fundación un porcentaje por cada prenda que BROTHER SUDACA venda.

3.9 Análisis del entorno y del sector COLOMBIA

La industria textil y confección en Colombia cuenta con más de 100 años de experiencia y una cadena de producción consolidada y experimentada. El sector representa el 8% del PIB manufacturero y el 3% del PIB nacional, constituye más del 5% del total de exportaciones del país, además es una de las actividades económicas más importantes para el crecimiento y el desarrollo económico y social del país.

En estos momentos se puede invertir en el sector textil por algunas de las razones a continuación:

- El sector cuenta con entidades de apoyo, como el Clúster Textil y Confección, la Cámara Sectorial de la ANDI, Inexmoda, Proexport, PTP, SENA, entre otros.
- Mano de obra competitiva y disponible para el sector, ya que entidades como el Sena, ofrece capacitaciones gratuitas a las empresas y trabajadores. Actualmente cuenta con 12 programas especializados para el sector con cobertura nacional.
- Colombia, al ser el segundo país más biodiverso del mundo según EarthTrends y al contar con variedad de pisos térmicos, permite la producción, estudio y desarrollo de diferentes fibras naturales, además es sede de importantes ferias de textiles y confecciones, como *Colombiatex*, *Colombiamoda*, *Footwear and Leather Show*, entre otras, también de destaca por su valor agregado y presencia de productos en los mercados internacionales.
- Hay cerca de 450 fabricantes de textiles y 10.000 de confecciones, la mayoría son pequeñas fábricas, el 50% tiene entre 20 y 60 máquinas de coser.
- Actualmente, Colombia representa el 0.31% y 0.17% de las exportaciones mundiales de textiles y confecciones respectivamente. Lo que lo hace responsable del 0.25% del mercado mundial de la moda.

PROEXPORT COLOMBIA, INVERSIÓN EN EL SECTOR SISTEMA MODA.

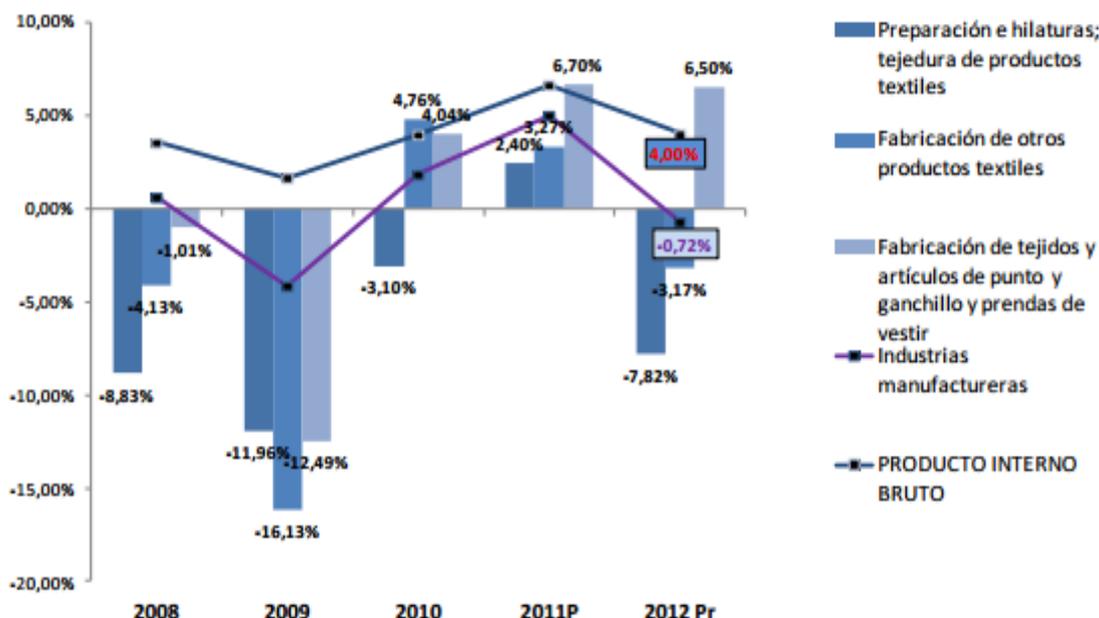
CRECIMIENTO ECONOMICO COLOMBIANO

Participación de la industria textil en el PIB.

Para el año 2012, la industria manufacturera experimentó un decrecimiento Del -0,7% con respecto al año 2011, siendo el sector textil uno de los Subsectores más damnificados; representando el 1,17% del PIB Nacional y el 9,82% de la industria manufacturera. Preparación de hilaturas; tejedura de productos textiles presentó una variación negativa del -7,8%, Fabricación de otros

productos textiles -3,2%, el subsector Fabricación de tejidos y prendas de vestir presentaron un crecimiento del 6,5% como se indica en la siguiente gráfica.

Grafica # 3 variación de los subsectores año 2008-2012



Fuente: DANE - Cálculos y Gráfica Grupo Estudios Económicos y Financieros

Fuente: Superintendencia de Sociedades 2013

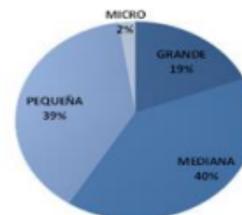
De acuerdo a la gráfica anterior el sector presentó una de las crisis más difíciles en la historia durante 2008 y 2009 con variaciones negativas en su PIB, presentando una revaluación fuerte del peso colombiano frente a la divisa norteamericana; libre entrada de textiles y confecciones chinas a los Estados Unidos y la Unión Europea; crisis política entre Colombia y Venezuela acompañada de una crisis comercial de gran proporción y contrabando de textiles y prendas de vestir provenientes del Este Asiático en grandes dimensiones. En 2010 y 2011 el sector evidenció una recuperación importante; sin embargo, el subsector de preparación de hilaturas continúa siendo la excepción con una dinámica negativa y no sale aun de la crisis, así lo confirma su decrecimiento en 2012 del -7,82%.

TAMAÑO DE EMPRESAS

Respecto al tamaño de las 829 empresas que reportaron información a la Superintendencia de Sociedades en 2012 el 40% corresponde a empresas Medianas, el 39% a Pequeñas, el, el 19% a Grandes y 2% a Microempresas. Sin embargo, la mayor participación en ingresos operacionales en 2012 fue Reportada por las grandes empresas con una participación del 77,70%. Véase en la tabla y torta de la siguiente imagen.

Tabla #1 participación de las empresas según el tamaño figura #1

TAMAÑO	No de Empresas	Ingresos Operacionales (Millones \$)	Part
GRANDE	159	10.915.090	77,70%
MEDIANA	327	2.569.604	18,29%
PEQUEÑA	323	557.458	3,97%
MICRO	20	5.711	0,04%
Total general	829	14.047.865	100,00%



Fuente: Supersociedades - Cálculos Grupo de Estudios Económicos y Financieros.

Fuente: Superintendencia de Sociedades 2013

Esta tabla muestra la participación del número de empresas e ingresos según el tamaño y en la torta se refleja en porcentaje.

Mercado nacional e internacional

Grafica # 4 comportamiento de las exportaciones en el sector el sector textil y de confecciones

Exportaciones



Fuente: DANE - Cálculos y Gráfica Grupo Estudios Económicos y Financieros

Fuente: Superintendencia de Sociedades 2013

Grafica # 5 comportamiento de las importaciones en el sector el sector textil y de confecciones.

Importaciones



Fuente: DANE - Cálculos y Gráfica Grupo Estudios Económicos y Financieros

Fuente: Superintendencia de Sociedades 2011

Colombia representa el 1% de las exportaciones mientras que china siendo el principal exportador con el 30.7.

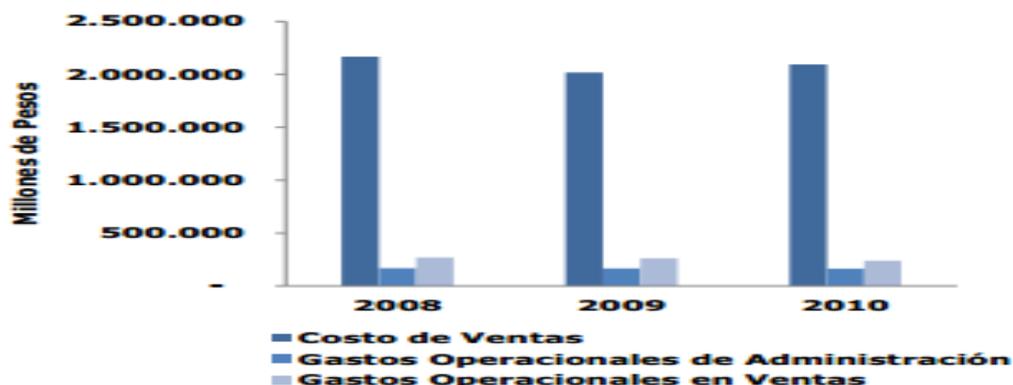
Algunos factores que afectan el sector textil y las confecciones.

- Incremento de las importaciones y productos a muy bajos costos, países como china y panamá son los principales que participan en estas importaciones y a muy bajo costo y así afectando nuestro mercado interno
- Contrabando los productos de otros países no cubren ni el precio de las materias primas, además según la Dian la entrada de estos productos de contrabando es bastante alta
- Altos costos de producción

Costos y Gastos

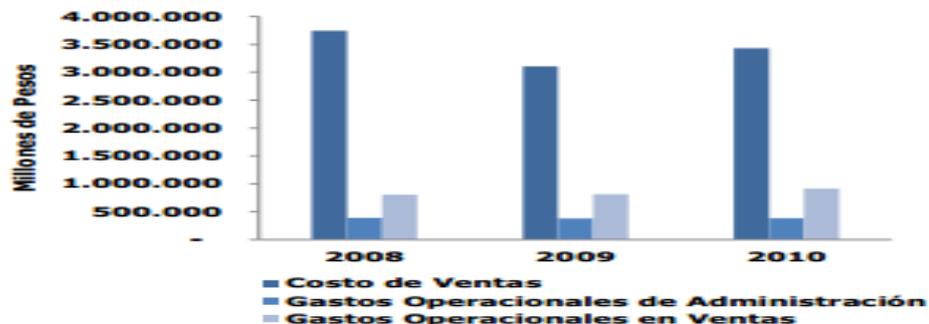
De acuerdo al análisis de costos y gastos, se observó un comportamiento creciente en los tres subsectores para el año 2010 sin embargo menor que el reportado en 2008.

Grafica #6 costos de venta-textil



Fuente: Superintendencia de Sociedades 2013

Grafica # 7 costos de venta –confección



Fuente: Superintendencia de Sociedades 2013

SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES 2013 DESEMPEÑO DEL SECTOR TEXTIL CONFECCIÓN 2008-2012 INFORME.

Análisis del entorno y del sector.

BRASIL.

El sector textil como uno de los principales artículos de consumo, de la población en el mundo y siendo una de las principales inductoras para el crecimiento industrial de los países desarrollados, siendo quinta potencia en la industria textil , podría decirse que se halla temporalmente frenado en la práctica, porque la moneda brasileña cotiza demasiado alta respecto del dólar y, como el mercado interno se halla en fase expansiva, resulta más cómodo y rentable refugiarse en la clientela nacional. Pero es un paréntesis coyuntural. El textil brasileño sabe que su consolidación como potencia global exige internacionalizarse.

La Asociación Brasileña de la Industria Textil y de la Confección (ABIT) reportó para el año 2009 algunos datos sobre el sector textil-confección en Brasil: Conformado por 30 mil empresas, producción promedio de 9,8 mil millones en prendas de vestir, reportó una facturación igual a US\$47,4 mil millones, se ubicó como el segundo en términos de generación de empleo dentro de la industria manufacturera con 1,65 millones de empleados (de los cuales 75% son mujeres), fue el segundo generador el primer empleo en el país, recibió inversiones por US\$ 850 millones y se posicionó como el sexto productor textil del mundo, segundo productor de denim en el mundo y tercer consumidor de denim a nivel mundial.

En el período comprendido entre 2000 y 2007 el consumo de prendas de vestir y calzado se contrajo principalmente por la presencia de productos chinos de bajo costo.

Pimentel, Brasil, Quinta Potencia en el Sector Textil... ¡y en busca del Tercer Puesto Mundial!

Importaciones

Las importaciones brasileñas se incrementaron 18.7% en promedio anual entre los años 2006 y 2010. Estas adquisiciones totalizaron US\$ 181,649 millones el año pasado, 42.3% más que el año 2009 y; Estados Unidos (14.9% de participación), China (14.1%), Argentina (7.9%), Alemania (6.9%) y Corea del Sur (4.6%) fueron los proveedores más importantes de este país, mientras que nuestro país representó 0.5%.

- El calzado y ropa infantil han presentado un importante crecimiento, debido al incremento
- de campañas publicitarias que han influenciado la decisión de compra de los consumidores.
- Los segmentos más importantes en las ventas de prendas de vestir son la ropa casual, la

- ropa deportiva y el calzado deportivo para hombre.
- El textil brasileño es una cadena completa, que abarca desde el algodón (agricultura) y la producción de poliéster, hasta la prenda final.
- La exportación sólo representa el 2,5% de los ingresos totales del sector.
- Primer objetivo, recuperar una cuota del 1% en el mercado internacional.
- Desde la fuerza de una base doméstica, quiere proyectarse en el exterior.
- En diez años, el desarrollo del Brasil ha puesto en el mercado a 35 millones de consumidores.
- Grandes esperanzas en las negociaciones Mercosur-Unión Europea.
- Zara y Mango tienen planes ambiciosos para el Brasil. No sólo tiendas, sino producción local.
-

Distribución y ventas

- Las ventas de prendas de vestir y calzado en Brasil se realizan principalmente en centros comerciales y mercados callejeros
- Según la Asociación Brasileña de Centros Comerciales (ABRASCE) en 2008 existían 367 centros comerciales en el país que generaron 18% de los ingresos de ventas al por menor.
- Una tendencia reciente observada en el país es la inclusión de prendas de vestir y calzado en el portafolio de bienes ofrecidos por las tiendas especializadas de alimentos,
- supermercados e hipermercados.

Texto perfil sectorial textil y confeccionado 2009

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

OBJETIVOS A CORTO PLAZO

1. BROTHER SUDACA desea vender sus productos vía web en la página www.brothersudaca.com haciendo énfasis en el mercado nacional y países suramericanos inicialmente en Brasil.
2. para lograr posicionamiento en el mercado, estamos promocionando la marca por las diferentes redes sociales como instagram, facebook, email y claro está, la página web mencionada anteriormente.

OBJETIVOS A MEDIANO PLAZO

1. se hará además la comercialización por la página www.amazon.com siendo ellos los encargados de la distribución del producto
2. se pondrán a la venta las prendas por catálogo (no definido aún).

OBJETIVOS A LARGO PLAZO

1. se quiere hacer fuerte publicidad por medio de vallas, convenios con restaurantes y una línea de ropa solamente con camisetas que lleven impreso el nombre de la marca.
2. hay una alianza estratégica con una empresa dedicada a la comercialización de equipos para agricultura www.simaoedias.com, quienes nos acompañarán en Brasil para la comercialización de una línea vaquera que implementaremos más adelante en el proyecto.

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

Grafica #.8

Ficha técnica de dibujo plano prenda superior de mujer.

FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO PRENDA SUPERIOR		D11	
Atuendo No.	Prenda: blusa femenina	Referencia:	
Talla	M	Ancho de Pespunte mm mm mm mm mm mm	
Talle de Espalda	cm	Boton1	mm Cantidad
Contorno de Busto	cm	Boton2	mm Cantidad
Contorno de Cintura	64 cm	Cremallera 1	mm Cantidad
Contorno de Ruedo	72 cm	Cremallera 2	mm Cantidad
Ancho de Hombro	cm	Bobillo Int.	mm Cantidad
Largo de Manga	cm	Hombreira	mm Cantidad
Contorno de Puño	cm	Hebilla	mm Cantidad
Ancho Cuello(CA)	cm	Ojete	mm Cantidad
AnchoCuello(Frente)	cm	Terminación de ruedo: Invisible <input type="checkbox"/> Pespuntado <input checked="" type="checkbox"/> Pretina <input type="checkbox"/> Otro: <input type="text"/>	
Nombre del diseñador Daniela Giraldo Mejia		Forro: Completo <input type="checkbox"/> Segmentado <input type="checkbox"/> Ninguno <input checked="" type="checkbox"/> Otro: <input type="text"/>	
ESCUELA DE DISEÑO & MERCADERO DE MODA ARTURO TEJADA CANO		Derechos reservados. Prohibida su reproducción	

Fuente: construcción propia

Blusón de dama en tejido plano, en la ficha técnica aparece solo la talla m, pero al mercado se sacaran tallas s, m, l, x

Grafica# 9

Ficha técnica de dibujo plano prenda superior cuello v.

FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO PRENDA SUPERIOR
011

Atuendo No. 2
Prenda: camisa masc.
Referencia: 002

Talla M

Talle de Espalda	70	cm
Contorno de Busto	112	cm
Contorno de Cintura	112	cm
Contorno de Ruedo	112	cm
Ancho de Hombro	14	cm
Largo de Manga	18,5	cm
Contorno de Puño		cm
Ancho Cuello(CA)		cm
AnchoCuello(Frente)		cm

Ancho de Respunte	mm	mm	mm	mm	mm	mm
Boton1	mm	Cantidad				
Boton2	mm	Cantidad				
Cremallera 1	mm	Cantidad				
Cremallera 2	mm	Cantidad				
Bolsillo Int.	mm	Cantidad				
Hombreira	mm	Cantidad				
Hebilla	mm	Cantidad				
Ojete	mm	Cantidad				

Terminación de ruedo: Invisibile Pespuntado Pretina

Otro:

Forro: Completo Segmentado Ninguno

Otro:

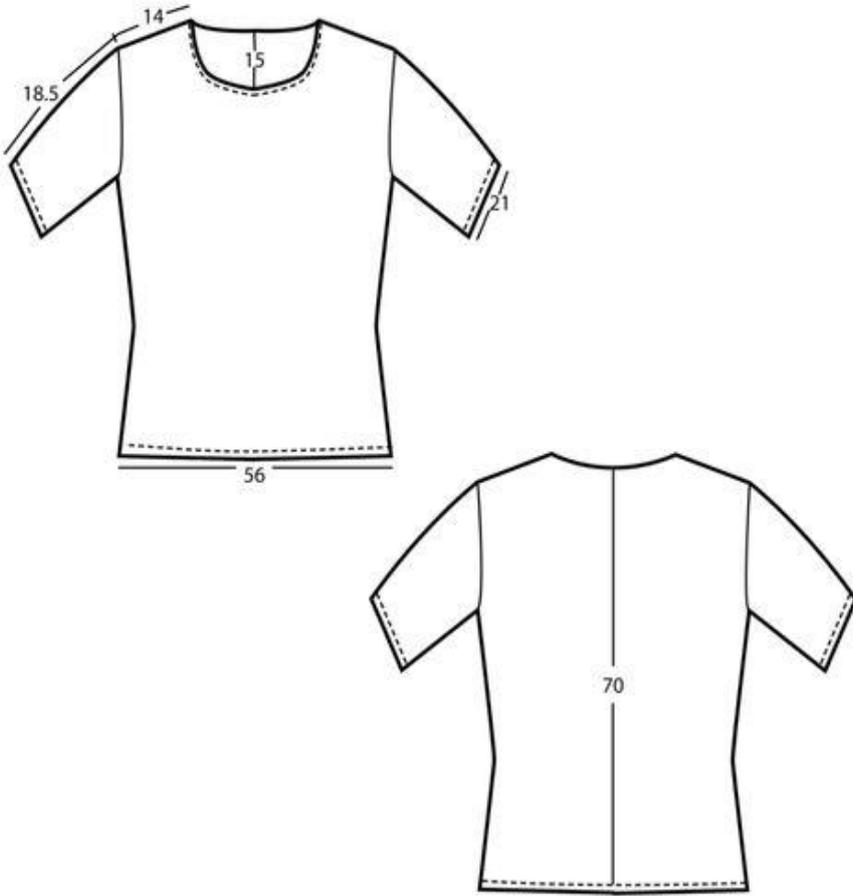
Nombre del diseñador Daniela Giraldo Mejia

ESCUELA DE DISEÑO & MERCADEO DE MODA ARTURO TEJADA CANO
Derechos reservados. Prohibida su Reproducción

Fuente: construcción propia

Camiseta de hombre cuello v en tejido de punto, hecha en telas frescas y cómodas, saldrán en tallas m, l, xl.

Grafica# 10 ficha técnica de dibujo plano prenda superior cuello redondo.

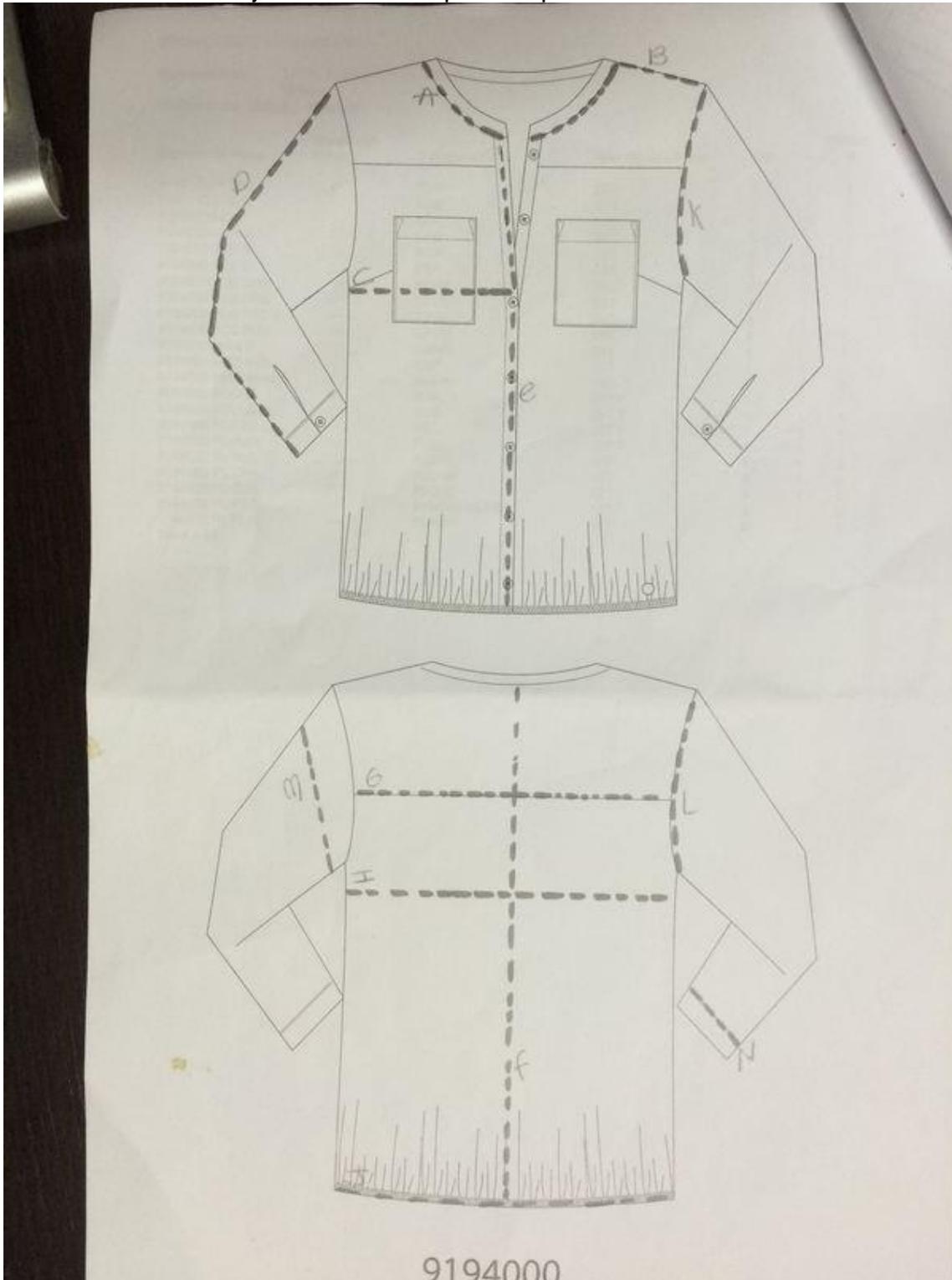
FICHA TÉCNICA DE DIBUJO PLANO PRENDA SUPERIOR		011																																																																																																								
Atuendo No.	Prenda: camiseta masculina	Referencia:																																																																																																								
																																																																																																										
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2">Talla M</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Talle de Espalda</td><td>70 cm</td></tr> <tr><td>Contorno de Busto</td><td>112 cm</td></tr> <tr><td>Contorno de Cintura</td><td>112 cm</td></tr> <tr><td>Contorno de Ruedo</td><td>112 cm</td></tr> <tr><td>Ancho de Hombro</td><td>14 cm</td></tr> <tr><td>Largo de Manga</td><td>18.5 cm</td></tr> <tr><td>Contorno de Puño</td><td>cm</td></tr> <tr><td>Ancho Cuello(CA)</td><td>cm</td></tr> <tr><td>AnchoCuello(Frente)</td><td>cm</td></tr> </tbody> </table>	Talla M		Talle de Espalda	70 cm	Contorno de Busto	112 cm	Contorno de Cintura	112 cm	Contorno de Ruedo	112 cm	Ancho de Hombro	14 cm	Largo de Manga	18.5 cm	Contorno de Puño	cm	Ancho Cuello(CA)	cm	AnchoCuello(Frente)	cm	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="6">Ancho de Pespunte</th> </tr> <tr> <th></th> <th>mm</th> <th>mm</th> <th>mm</th> <th>mm</th> <th>mm</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Boton1</td> <td>mm</td> <td>Cantidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Boton2</td> <td>mm</td> <td>Cantidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Cremallera 1</td> <td>mm</td> <td>Cantidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Cremallera 2</td> <td>mm</td> <td>Cantidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Bolsillo Int.</td> <td>mm</td> <td>Cantidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hombarrera</td> <td>mm</td> <td>Cantidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hebillas</td> <td>mm</td> <td>Cantidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ojete</td> <td>mm</td> <td>Cantidad</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Terminación de ruedo</td> <td>Invisible</td> <td>Pespuntado <input checked="" type="radio"/></td> <td>Pretina</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Otro:</td> <td colspan="5"></td> </tr> <tr> <td>Forro</td> <td>Completo</td> <td>Segmentado</td> <td>Ninguno <input checked="" type="radio"/></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Otro:</td> <td colspan="5"></td> </tr> </tbody> </table>		Ancho de Pespunte							mm	mm	mm	mm	mm	Boton1	mm	Cantidad				Boton2	mm	Cantidad				Cremallera 1	mm	Cantidad				Cremallera 2	mm	Cantidad				Bolsillo Int.	mm	Cantidad				Hombarrera	mm	Cantidad				Hebillas	mm	Cantidad				Ojete	mm	Cantidad				Terminación de ruedo	Invisible	Pespuntado <input checked="" type="radio"/>	Pretina			Otro:						Forro	Completo	Segmentado	Ninguno <input checked="" type="radio"/>			Otro:					
Talla M																																																																																																										
Talle de Espalda	70 cm																																																																																																									
Contorno de Busto	112 cm																																																																																																									
Contorno de Cintura	112 cm																																																																																																									
Contorno de Ruedo	112 cm																																																																																																									
Ancho de Hombro	14 cm																																																																																																									
Largo de Manga	18.5 cm																																																																																																									
Contorno de Puño	cm																																																																																																									
Ancho Cuello(CA)	cm																																																																																																									
AnchoCuello(Frente)	cm																																																																																																									
Ancho de Pespunte																																																																																																										
	mm	mm	mm	mm	mm																																																																																																					
Boton1	mm	Cantidad																																																																																																								
Boton2	mm	Cantidad																																																																																																								
Cremallera 1	mm	Cantidad																																																																																																								
Cremallera 2	mm	Cantidad																																																																																																								
Bolsillo Int.	mm	Cantidad																																																																																																								
Hombarrera	mm	Cantidad																																																																																																								
Hebillas	mm	Cantidad																																																																																																								
Ojete	mm	Cantidad																																																																																																								
Terminación de ruedo	Invisible	Pespuntado <input checked="" type="radio"/>	Pretina																																																																																																							
Otro:																																																																																																										
Forro	Completo	Segmentado	Ninguno <input checked="" type="radio"/>																																																																																																							
Otro:																																																																																																										
Nombre del diseñador Daniela Giraldo Mejia																																																																																																										
ESCUELA DE DISEÑO & MERCADEO DE MODA ARTURO TEJADA CANO																																																																																																										
Derechos reservados. Prohibida su Reproducción																																																																																																										

Fuente: construcción propia

Camiseta de hombre en tejido de punto, cuello redondo, se confeccionaran en tallas m, l, xl.

Grafica #11

Molde camisa de mujer con bolsillos parte superior.



Fuente: construcción propia

Camisa de mujer confeccionada en tejido plano, tallas s, m, l, xl.
 Grafica #12
 Hoja de construcción para confección de camisa de dama.

HOJA DE CONSTRUCCION											
REFERENCIA	9194000LOTE			COSTURAS							
COLOR PRENDA	MARCA HILO	TEX	COLOR HILO	PES	AMA	SEG	FIL	OTRO	PXP	PROVEEDOR	
NARANJA	EPIC	24	PF 529	X					10xp	CADENA	
	EPIC	24	PF 529		X				10xp		
	EPIC	24	PF 529			X			10xp		
	EPIC	24	PF 529				X		12xp		
CRUDO	EPIC	24	C 8163	X					10xp	CADENA	
	EPIC	24	C 8163		X				10xp		
	EPIC	24	C 8163			X			10xp		
	AMETO	27	C 8163				X		12xp		
PROVEEDOR	LAVADO: CASERO										
SOFH	tener cuidado con encogimiento y deslizamiento de tela										
AGUJA	70 PUNTA DE TITANIO										
CORTE Y TRAZO	Cortar en un mismo sentido por tallas, tela dá tono. Papel capa papel, corte manual,										
RAYON VOILE	espigas cortas. Entretela 9532 color: blanca para las dos pintas										
100%VISCOSA											
Sesgo	Sec. teL.	Dirección	Ancho Pieza	Largo Pieza cm	# Piezas						
RUTA DE OPERACIONES											
HOMBROS	entalegar en plana a 1cm y respuntar a 1/16 sobre almilla										
CANESU	plana a 1cm y filete a 0,5cm. respunte a 1/16 sobre canesu										
PINZAS FRENTE	Plana por marcador, pinza hacia abajo.										
ALMILLA	entalegar en plana a 1cm y respuntar a 1/16 sobre almilla externa										
COSTADOS	fijar marquilla de lavado según medida, plana a 1cm y filete a 0,5cm										
MANGAS	cerrar en plana a 1cm y filete a 0,5cm										
CHARRETERA	plantillar, plana por marcador y respuntar a 1/16 en contorno. Ubicar en manga según marcador										
PORTAÑUELA	sesgo en guía, salida de 0,7cm con 1 aguja en plana y hacer pellizco en centro										
PUÑO	plantillar, plana por marcador y respuntar a 1/16 en contorno										
SISAS	plana a 1cm y filete a 0,5cm. Montar tubular manga por debajo										
BOLSILLOS	dobladillar 1,5 x 0,5cm en plana con 1 aguja. Plantillar y sobreponer según marcador con respunte a 1/16 en contorno terminando en materita de 0,5cm										
RUEDO	dobladillar 0,7 x 0,7cm en plana con 1 aguja										
PECHERA DERECHA	plantillar, plana por marcador, respuntar a 1/16 en contorno y entalegar punta inferior										
PECHERA IZQUIERDA	plantillar, plana por marcador, sobreponer cinta bordada y asentar a 1/16 por contorno tñ entalegando punta inferior										
CUELLO	plantillar, plana por marcador, sobreponer cinta bordada haciendo embebido en parte superior según plantilla y respuntar a 1/16 por contorno tñ										
MARQUILLAS	TALLA: centrada en espalda LAVADO: Costado izquierdo a 10cm del ruedo terminado, sobre la espalda IMPORTADORES: por debajo de la maquilla de lavado EXTERNA: Costado izquierdo a 4cms de la costura, abrazando el ruedo a 1/16 t a t.										
SELLO PRESTIGIO	Enlazar a marquilla talla										
ETIQUETAS PAPEL	orden de etiquetas: ovalada edc, vipack y keylook. Colocar enlazadas a sello prestigio										
CODIGO DE BARRAS	pegar al respaldo de la etiqueta vipack.										
OBSERVACIONES	Observa muestra. Botones en botonadora o manual con hilo del respunte Ojales hilo del respunte Rematar terminaciones de costuras. Colocar hilo ameto solo en lupper.										
MANIPULACION TELA	Confeccionar con la aguja y la bobina destencionada Confeccionar con el diferencial arriba para destencionar costuras										
PLACA RECTANGULAR	centrada en almilla, en botonadora o manual con hilo del respunte										
EMPAQUE	abrochar charretera izquierda y abotonar puño derecho. Doblar en bolsa, dejar código de barras visible										
PLANCHA	110°. No chafar. Planchar por el revés con trapo										

Fuente: construcción propia

Ficha técnica de confección para camisa de dama en tejido plano.

Grafica #13

Códigos para el proceso de confección en la parte de producción.

Modelo: FADEC-14/19194000 ENC 27

Comentarios: 1=PPL 4=ENTRE 9=PL CONF
Ninguno
Opciones por Defecto: Ninguno

Nombre de Pieza	Imagen de Pieza	Categoría Pieza	Descripción Pieza	Tela	—	Voltear X
91101 POR SES		PORS	2XT	1	1	1
9194000 ALM E		ALM	1XT	1	1	1
9194000 BOL		BOL	2XT	1	1	1
9194000 CAN E		CAN	2XT	1	1	1
9194000 ESP E		RDP	1XT	1	1	0
9194000 FTE E		ESP	1XT	1	1	1
9194000 FUS CHA		ECHA	2XT	4	1	1
9194000 FUS CUE		ECUE	2XT	4	1	1
9194000 FUS PEC E		EPEC	2XT	4	1	1
9194000 FUS PUN		EPUN	2XT	4	1	1
9194000 MAN E		MANB	2XT	1	1	1
9194000 MRC FTE		ESP	1XT	1	1	0
9194000 MRC MAN		MMAN	1XT	1	1	0
9194000 PCCHA		CHA	2XT F	1	1	1
9194000 PCCUE		CUE	2XT F	1	1	1
9194000 PPEC E		PEC	2XT F	1	1	1
9194000 PCPUN		PUN	2XT F	1	1	1
9194000 PL BOL		PLBOL	1XT	1	1	0
9194000 PL CHA		PLCHA	1XT	1	1	0
9194000 PL CUE		PLCUE	1XT	1	1	0
9194000 PL PEC		9194000 PL PEC	1XT	1	1	0
9194000 PL PUN		PLPUN	1XT	1	1	0
Total = 22						

Fuente: construcción propia

Grafica# 14

Estrategia de venta.



Fuente: construcción propia

Por cada camisa que compres, BROTHER SUDACA donará un juguete para un grupo extenso de niños que habita en el barrio los olivos y niños de los semáforos de la ciudad de Cúcuta. Si compras 2 camisas, contribuyes el doble y tú ahorras el 20% de descuento del total de la compra. No olvides que BROTHER SUDACA trabaja con tintas eco solventes, los empaques son 100% reciclables y reutilizables y usamos transportes ecológicos.

Grafica #15

Empaques biodegradables.



Fuente: construcción propia

Empaque navideño biodegradable y reutilizable (la persona puede disponer del empaque como desee una vez comprada la prenda claro está)

Grafica #16

Empaques biodegradables para venta del producto.



Fuente: construcción propia

Muestreo de empaque biodegradable para despachos.

4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

Nuestro mercado meta son los jóvenes y adultos (hombres y mujeres) con una edad promedio de 17 a 36 años, enfocándonos en un estrato socio económico medio alto, una población con una personalidad altruista.

Pretendemos llegar directamente hasta el consumidor final, luego a consumidor minorista como boutiques y seguramente cuando la marca este posicionada se pensara en vender al por mayor (mayoristas).

4.3.2. Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

En la encuesta a continuación se indaga al consumidor sobre lo que quiere y sobre lo que se ha ofrecido, incluyendo información como edad, sexo, servicio posventa, y aspectos relevantes sobre la marca en cuanto a calidad y diseño.

Variables incluidas:

Calidad, diseño, servicio posventa, precio, publicidad.

b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del Consumidor

Se realizó a través del siguiente formato.

Formato#1

NOMBRE DE LA EMPRESA: BROTHER SUDACAS.A.S MODELO DE ENCUESTA PARA REALIZAR UNA INVESTIGACION DE MERCADO DEL CONSUMIDOR FECHA: 27 DE AGOSTO DE 2014			
		6. QUE RED SOCIAL UTILIZA CON FRECUENCIA?	FACEBOOK
ENCUESTA #			INSTAGRAM
			TWITTER
1. SEXO	FEMENINO		SKYPE
	MASCULINO		OTRA? CUAL?
2. EDAD	DE 17 A 25	7. POR QUE MEDIO SE DIO CUENTA DE BROTHER SUDACA?	RED SOCIAL
	DE 25 A 30		AMIGO
	DE 30 A 36		FAMILIAR
	MAS DE 35		OTRO? CUAL?
3. CON QUE FRECUENCIA REALIZA COMPRAS?	SEMANAL	8. QUE OTRO TIPO DE PRENDA LE GUSTARIA QUE BROTHER SUDACALANZARA AL MERCADO?	LEGGINS
	QUINCENAL		ROPA DEPORTIVA
	MENSUAL		LENCERIA
	SEMESTRAL		ACCESORIOS
	ANUAL		OTRO? CUAL?
4. ESTA SATISFECHO(A) CON LA CALIDAD OFRECIDA?	SI	9. CUANTO GASTA EN PROMEDIO POR LA VENTA DE UNA PRENDA DE VESTIR (BLUSA, CAMISA, CAMISETA)	DE \$30 A \$40 (MIL PESOS)
	NO		DE \$50 A \$60 (MIL PESOS)
	POR QUE?		DE \$70 A \$80

			(MIL PESOS)	
			MAS DE \$90 (MIL PESOS)	
5. LE GUSTAN LOS DISENOS DE BROTHER SUDACA?	SI			
	NO	10. EL SERVICIO POSVENTA QUE HA RECIBIDO ES :	MALO	
	POR QUE?		BUENO	
			EXCELENTE	

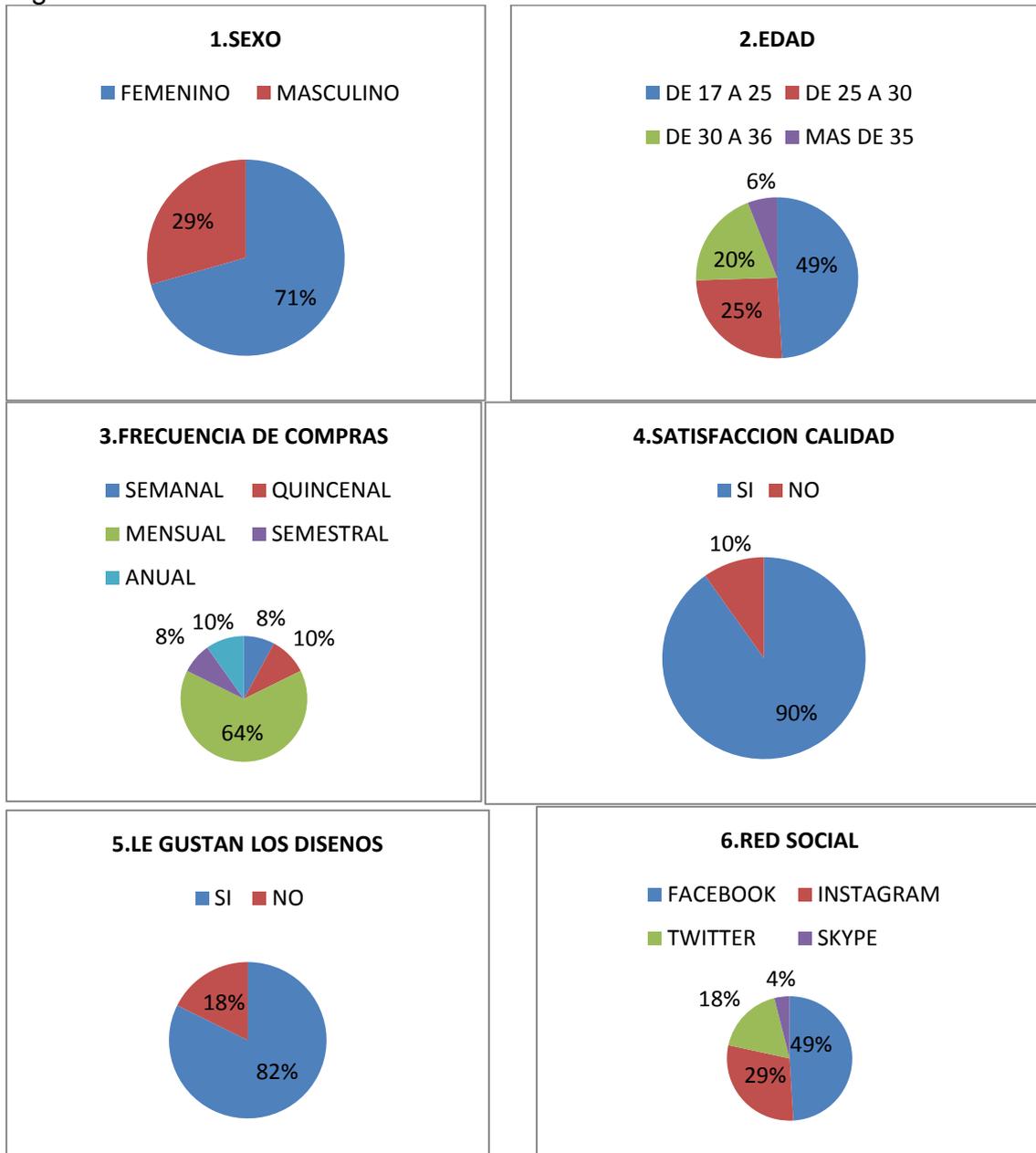
Fuente: construcción propia

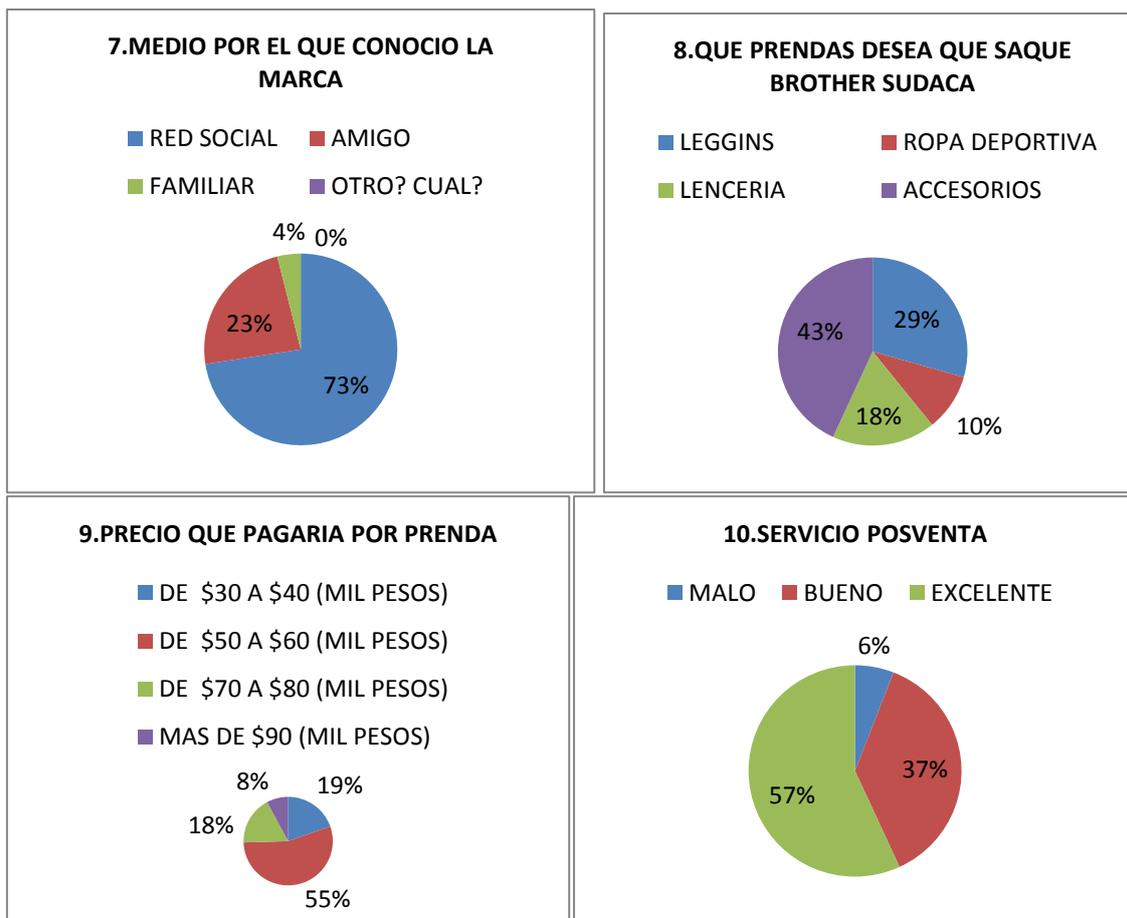
c) Aplicación de la Medios

La encuesta del consumidor se realizó a personas cercanas (familiares y amigos), luego cada integrante de la empresa encuestó a 20 personas cada uno, también se realizó a las empleadas de la empresa CREACIONES ESTRELLA, empresa líder en la confección de camisas y blusas de tejido plano, para un total de 51 encuestas

d) Resultados del estudio de los consumidores

Figuras de la #2 a la # 11





Fuente: construcción propia

NOTA: SE ENCUESTARON EN TOTAL 51 PERSONAS ENTRE HOMBRE Y MUJERES.

como podemos observar en las gráficas de nuestra encuesta el sexo femenino tiene una mayor participación de compras con un 70.59% y el masculino con una participación menos de la mitad de 29.41% teniendo en cuenta que la edad que más consumen son de 17 -25 años con un 49.02 % así tomando como mercado este segmento siendo casi la mitad de consumidores de este tipo de prendas de vestir de 25- 30 con un 25.49% con muy poca participación en este mercado y a medida que aumenta la edad va disminuyendo la participación de 30 -36 con un 19.61% y finalmente la edad que menos consumen son de más de 35 . la frecuencia más alta de compras es mensual , una persona adquiere ropa más mensual que con más o menos frecuencia un 64.71% la frecuencia de compras semanales es muy poca las personas no acostumbran a comprar cada semana algún tipo de prendas 7.84% y así va subiendo, en nuestra encuesta las personas y su variabilidad en las compras cada quince días un 9.80% semestral 7.84% y anual 9.80%, muchas personas y clientes que quieren adquirir nuestras prendas tienen muy en cuenta factores como calidad diseño un 90.20% buscan que las empresas tengan una excelente calidad en sus prendas para otro tipo de personas esto no es relevante un 9.80% . A un 82.35% le gustan nuestros diseños el porcentaje que no es muy bajo 17.65%.

Nuestra empresa utiliza mucho los medios de comunicación para darse a conocer como son Facebook, instagram, twitter, skype, siendo el el Facebook un medio de gran ayuda para así dar a conocer nuestro producto un 72.55% conoció la marca por este medio y por medio de amigos un 23.53% familiares. Tomamos como opinión que otro tipo de prendas desea que nuestra empresa saque para nuestro tipo de prendas un accesorio sería una muy buena opción a un 43.14% les gustó mucho esta idea además leggins 29.41% ropa deportiva 9.80%, lencería 17.65% los consumidores pagarían un 54.90% en un rango de 50-60 mil pesos un precio menor de 30 a 40 mil pesos 19.61%, 70-80 mil pesos 17.65% y más de 90mil pesos 7.84%.

La satisfacción de los clientes frente al servicio post venta fue excelente 56.86% quedaron totalmente satisfechas un 37.25% buena y a un .88% no quedo satisfecha.

Tipo de consumidor: consumidor directo con proyección a mayoristas

Los criterios de compra de los consumidores: (el precio de blusas oscila entre 50 y 80 mil pesos, la forma de pago es de contado ya sea efectivo o tarjeta débito o crédito), calidad de las prendas (alta), excelente servicio, colecciones inicialmente para verano con tendencias formales e informales, el cliente puede hacernos saber si está inconforme con la prenda en cuanto al proceso de producción e inmediatamente se hará el cambio, mas no se devolverá \$ en efectivo, la confiabilidad es uno de nuestros valores corporativos así que el cliente puede ver la transparencia en todos los procesos desde la producción hasta el servicio posventa que se ofrece.

La ubicación de los consumidores:

Grafica#17

Presencia de BROTHER SUDACA en Suramérica.



Fuente: construcción propia

Determinación de la Demanda

Por el momento se espera que BROTHER SUDACA tenga 300 clientes de consumo directo, 15 clientes de pedidos fijos (clientes minoristas como boutiques), a medida que crece la empresa se espera aumentar significativamente el número de clientes. La empresa ofrece un producto que es de consumo masivo siempre, por ende siempre se la demanda que se tiene para es este mercado es bastante grande lo cual va a ver un consumo grande con posibilidades de que la empresa tenga un mayor crecimiento, tanto hombres y mujeres serían unos consumidores activos.

El perfil de los consumidores: jóvenes y adultos (hombres y mujeres) con una edad promedio de 17 a 36 años, enfocándonos en un estrato socio económico medio alto, una población con una personalidad altruista, personas con estilo propio que deseen la comodidad sin dejar de lado la elegancia, a la población que nosotros nos enfocamos tiene unos gustos más similares como algo novedoso , los gustos y las preferencias de las personas en la actualidad son similares ya que siempre queremos algo innovador o lo que más se está usando y siempre tendemos a comprar lo que se usa, algunas personas su prefieren tener su propio estilo diferenciándose de las demás personas

Nuestro mercado será Brasil y Colombia al género masculino y femenino con gustos a la innovación y a la creatividad.

BRASIL

15-64 años: 67%

- hombres 67.524.642
- mujeres 68.809.357

SAO PAULO

Mujeres 6.946

Hombres 6.401

COLOMBIA

15-64 años: 67,2%

- Hombres 14.826.008
- Mujeres 15.208.799

MEDELLIN

MUJERES 1191.570

HOMBRES 1031.508

CUCUTA

HOMBRES 283.120

MUJERES 302.799

Nuestro mercado son principalmente mujeres, nos enfocaremos en centros comerciales almacenes de barrios como el poblado, laureles

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

- ❖ solo se encontrara la lista de proveedores, para mirar cantidad y precio, ir al formato de evaluación de proveedores punto 4.4.2 literal E.

NOMBRE PROVEEDOR PRODUCTO

Hewlett Packard	computador
Hewlett Packard	impresora
Canon	cámara fotográfica
Homecenter	cámaras de seguridad kit completo
Homecenter	muebles para boutique
Homecenter	escritorio
Homecenter	reloj de pared
Homecenter	silla giratoria
Homecenter	teléfono
Papelería la sorpresa	borradores
Papelería la sorpresa	lapiceros
Papelería la sorpresa	agendas
Papelería la sorpresa	cinta
Papelería la sorpresa	resmas de papel
Papelería la sorpresa	carpetas
Papelería la sorpresa	clips caja
Papelería la sorpresa	portaminas
Papelería la sorpresa	resaltadores
Papelería la sorpresa	minas para portaminas
Papelería la sorpresa	regla
Papelería la sorpresa	cosedora
Supermercados euro	trapeadora
Supermercados euro	escoba
Supermercados euro	recogedor
Supermercados euro	dulce abrigo
Supermercados euro	fabuloso
Supermercados euro	jabón polvo
Supermercados euro	jabón barra

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

- la calidad del producto que entregue el proveedor
- la cantidad que se compra
- la forma de pago sea contado, crédito u otra.
- la oportunidad de la entrega que realice, en el momento justo y en el lugar adecuado.

e) Resultado estudio proveedor

Formato # 3

Resultados de evaluación de mercado proveedor.

Brother Sudaca From Us For Us							EVALUACION DE MERCADO PROVEEDOR				
NOMBRE DEL PROVEEDOR	PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO	PRECIO TOTAL	FORMA DE PAGO	OPORTUNIDAD (40%)	VALOR	CALIDAD (40%)	VALOR	SERVICIO (20%)	VALOR
HEWLETT PACKARD TODO EN UNO	computador	3	\$ 824.900	\$ 2.474.700	contado	Excelente	100%	Excelente	100%	Excelente	100%
HEWLETT PACKARD	impresora	3	\$ 139.900,00	\$ 419.700,00	contado	Excelente		Excelente		Excelente	
CANON	camara fotografica	2	\$ 799.000	\$ 1.598.000	contado	Excelente	100%	Excelente	100%	Muy Bueno	75%
HOMECENTER	camaras de seguridadkit completo	1	\$ 693.900,00	\$ 693.900,00	contado	Muy Bueno		Muy Bueno		Excelente	
HOMECENTER	muebles para boutique	3	\$1260000	\$ 3780000							
HOMECENTER	escritorio	3	\$ 179.900,00	\$ 539.700,00	contado	Muy Bueno	75%	Muy Bueno	75%	Excelente	100%
HOMECENTER	reloj de pared	3	\$ 34.900,00	\$ 104.700,00	contado	Muy Bueno		Muy Bueno		Excelente	
HOMECENTER	silla giratoria	1	\$ 69.900,00	\$ 69.900,00	contado	Muy Bueno		Muy Bueno		Excelente	
HOMECENTER	telefono	3	\$ 179.900,00	\$ 539.700,00	contado	Muy Bueno		Muy Bueno		Excelente	
PAPELERIA LA SORPRESA	borradores	4	\$ 2.100,00	\$ 8.400,00	contado	Excelente	100%	Muy Bueno	75%	Excelente	100%
PAPELERIA LA SORPRESA	lapiceros	5	\$ 3.000,00	\$ 15.000,00	contado	Excelente	100%	Muy Bueno	75%	Excelente	100%
PAPELERIA LA SORPRESA	agendas	3	\$ 36.000,00	\$ 108.000,00	contado	Excelente	100%	Muy Bueno	75%	Excelente	100%
PAPELERIA LA SORPRESA	cinta	2	\$ 2.000,00	\$ 4.000,00	contado	Excelente	100%	Muy Bueno	75%	Excelente	100%
PAPELERIA LA SORPRESA	resmas de papel	5	\$ 21.000,00	\$ 105.000,00	contado	Excelente	100%	Muy Bueno	75%	Excelente	100%
PAPELERIA LA SORPRESA	carpetas	3	\$ 3.000,00	\$ 9.000,00	contado	Excelente	100%	Muy Bueno	75%	Excelente	100%
PAPELERIA LA SORPRESA	clips caja	1	\$500	\$500	contado	Excelente	100%	Muy Bueno	75%	Excelente	100%
PAPELERIA LA SORPRESA	portaminas	3	\$ 12.000,00	\$ 36.000,00	contado	Excelente	100%	Muy Bueno	75%	Excelente	100%
PAPELERIA LA SORPRESA	resaltadores	3	\$ 3.000,00	\$ 9.000,00	contado	Excelente	100%	Muy Bueno	75%	Excelente	100%
PAPELERIA LA SORPRESA	minas para portaminas	5	\$ 1.600,00	\$ 8.000,00	contado	Excelente	100%	Muy Bueno	75%	Excelente	100%
PAPELERIA LA SORPRESA	regla	3	\$ 2.100,00	\$ 6.300,00	contado	Excelente	100%	Muy Bueno	75%	Excelente	100%
PAPELERIA LA SORPRESA	cosedora	3	\$ 10.000,00	\$ 30.000,00	contado	Excelente	100%	Muy Bueno	75%	Excelente	100%
SUPERMERCADO S EURO	trapeadora	1	\$ 5.860,00	\$ 5.860,00	contado	Bueno	50%	Muy Bueno	75%	Excelente	100%
SUPERMERCADO S EURO	escoba	1	\$ 6.050,00	\$ 6.050,00	contado	Bueno	50%	Muy Bueno	75%	Excelente	100%
SUPERMERCADO S EURO	recogedor	1	\$ 8000	\$8000	contado	Bueno	50%	Muy Bueno	75%	Excelente	100%
SUPERMERCADO S EURO	dulceabrigo	2	\$ 4.780,00	\$ 9.560,00	contado	Bueno	50%	Muy Bueno	75%	Excelente	100%
SUPERMERCADO S EURO	fabuloso	2	\$ 8.800,00	\$ 17.600,00	contado	Bueno	50%	Muy Bueno	75%	Excelente	100%
SUPERMERCADO S EURO	jabon polvo	1	\$ 11.290,00	\$ 11.290,00	contado	Bueno	50%	Muy Bueno	75%	Excelente	100%
SUPERMERCADO S EURO	jabon barra	2	\$ 2.480,00	\$ 4.960,00	contado	Bueno	50%	Muy Bueno	75%	Excelente	100%

Fuente: construcción propia.

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

Las imágenes a continuación son referentes de los productos que ofrece la competencia, fuente GOOGLE.

ZARA



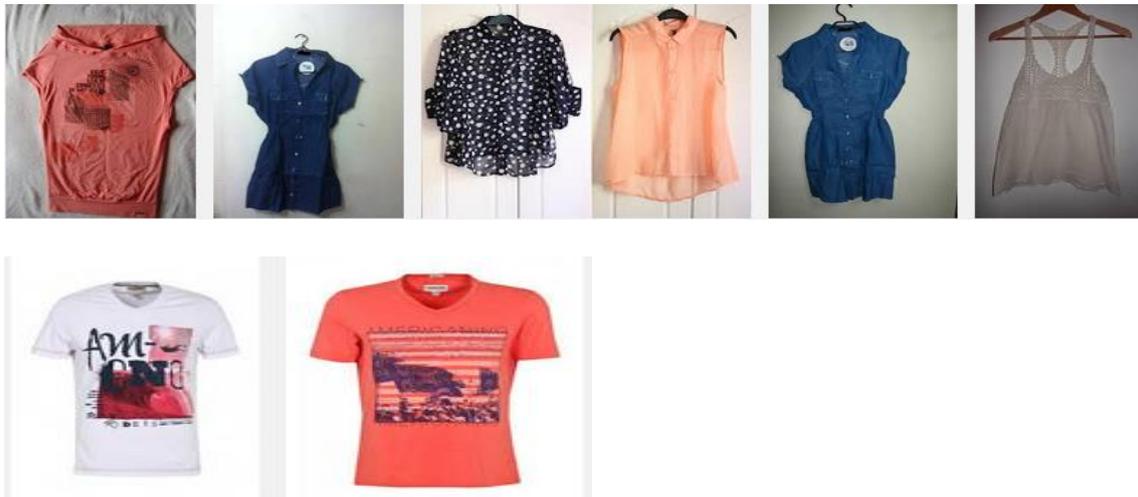
CHEVIGNON



ESPRIT



AMERICANINO



AMERICAN EAGLE





FOREVER 21



4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

TENDENCIAS: si produce otoño, invierno, verano

COLECCIONES: cada cuanto tiempo para hombre o mujer, o los dos.

CALIDAD DE LA TELA: media, alta, baja.

PRECIO: rango en el que se encuentran los productos que se ofrecen

SERVICIO AL CLIENTE: si es bueno, excelente, muy bueno, deficiente.

INFRAESTRUCTURA DE LAS TIENDAS: si son buenas, excelentes, muy buenas, deficientes.

E-COMMERCE: si comercializan sus productos vía web o alguna otra forma electrónica.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

- Visitas por página web
- Visitas a las tiendas.

C) Aplicación de los Medios

El estudio de mercado competidor se aplicó realizando visitas a las tiendas donde se venden los productos, sector centro comercial Tesoro y centro comercial Oviedo

d) Resultados del Estudio de la Competencia

Formato #4

Evaluación del mercado competidor.

							EVALUACION MERCADO COMPETIDOR				
NOMBRE DEL PROVEEDOR	PRODUCTO	FECHA VISITA	PRECIO	TENDENCIAS	COLECCIONES	INFRAESTRUCTURA DE LAS TIENDAS	DE E-COMMERCE	FORMA DE PAGO	OPORTUNIDAD (40%)	CALIDAD TELAS (40%)	SERVICIO (20%)
ZARA	CAMISAS (HOMBRE Y MUJER, CAMISETAS (HOMBRE Y MUJER)	01/09/2014	GENERAL ENTRE 70-150 MIL PESOS	OTOÑO, INVIERNO, VERANO	CADA 2 SEMANAS	EXCELENTE	SI	CONTADO-CREDITO	EXCELENTE	MEDIA	EXCELENTE
CHEVIGNON	CAMISAS (HOMBRE Y MUJER, CAMISETAS (HOMBRE Y MUJER)	01/09/2014	GENERAL 70-160 MIL PESOS	OTOÑO, INVIERNO, VERANO	HOMBRE- MUJER SIN ESTIMAR TIEMPO	EXCELENTE	SI	CONTADO-CREDITO	EXCELENTE	ALTA	EXCELENTE
SPRIT	CAMISAS (HOMBRE Y MUJER, CAMISETAS (HOMBRE Y MUJER)	01/09/2014	GENERAL ENTRE 100-150 MIL PESOS	OTOÑO, INVIERNO, VERANO	HOMBRE- MUJER SIN ESTIMAR TIEMPO	EXCELENTE	SI	CONTADO-CREDITO	EXCELENTE	ALTA	EXCELENTE
AMERICANINO	CAMISETAS (HOMBRE Y MUJER) BLUSAS	01/09/2014	GENERAL ENTRE 100-200 MIL PESOS	OTOÑO, INVIERNO, VERANO	HOMBRE- MUJER SIN ESTIMAR TIEMPO	EXCELENTE	SI	CONTADO-CREDITO	EXCELENTE	ALTA	EXCELENTE
AMERICAN EAGLE	CAMISAS (HOMBRE Y MUJER, CAMISETAS (HOMBRE Y MUJER)	01/09/2014	ENTRE 50 Y 70 MIL PESOS	OTOÑO, INVIERNO, VERANO	HOMBRE- MUJER SIN ESTIMAR TIEMPO	G	SI	CONTADO-CREDITO	EXCELENTE	ALTA	EXCELENTE
FOREVER 21	CAMISAS (HOMBRE Y MUJER, CAMISETAS (HOMBRE Y MUJER)	01/09/2014	MUJERES ENTRE 40-80 MIL PESOS	OTOÑO, INVIERNO, VERANO	HOMBRE- MUJER SIN ESTIMAR TIEMPO	EXCELENTE	SI	CONTADO-CREDITO	EXCELENTE	MEDIA	EXCELENTE

Fuente: construcción propia

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 la distribución de nuestras prendas será de forma directa, con ventas en tres boutiques y entrega directa al cliente por compras en página web.

4.6.2 no aplica a nuestros productos.

4.6.3 Distribución Directa (En caso de ser aplicable)

a) Describa los medios a través de los cuales se hará la distribución del producto

La distribución de BROTHER SUDACA se realizara por medio de una plataforma virtual, esto traduce a que se utilizara una página web donde el cliente podrá ver a través de esta los productos que desea comprar, véase www.brothersudaca.com, por ende el producto llegara directo al cliente.

Se abrirán 3 boutiques, en Cucuta, Medellín y Sao Paulo también para realizar distribución directa con el cliente.

b) Fuerza de ventas

Nuestra fuerza de ventas está en la web, y en las tiendas ubicadas estratégicamente en los lugares donde hay más comercio en las diferentes ciudades donde se planea abrir la boutique.

Tabla # 2 costos del personal

personal / competencias		servicio al cliente, buena actitud, excelente comunicación con los cliente, experiencia, conocimientos en cuanto al área comercial.			
vendedor medellin		vendedor cucuta		vendedor sao paulo	
salario	\$ 750.000,00	salario	\$ 850.000,00	salario	\$ 1.000.000,00
subsidio de transporte	\$ 72.000,00	subsidio de transporte	\$ 72.000,00	subsidio de transporte	\$ 72.000,00
aporte fondo de pensiones	\$ 30.000,00	aporte fondo de pensiones	\$ 34.000,00	aporte fondo de pensiones	\$ 48.000,00
pagos por salud	\$ 30.000,00	pagos por salud	\$ 34.000,00	pagos por salud	\$ 48.000,00
total	\$ 762.000,00	total	\$ 854.000,00	total	\$ 976.000,00

Fuente: construcción propia

4.6.4 Manejo de Inventarios

Ya que la bodega donde podemos almacenar los productos es de CREA ESTRELLA, maquiladora y la vez empresa propia, hermana de BROTHER SUDACA, podremos manejar un stock bueno, de forma que en temporadas altas como son de mitad de año al mes de diciembre se puedan almacenar hasta 1000 prendas entre camisas, camisetas, y blusas, para abastecer la demanda.

4.6.5 Comunicación

IMAGEN DE LOS PRODUCTOS Y LA EMPRESA, para esto responda los siguientes puntos:

- El nombre comercial para todos nuestros productos es solamente la marca BROTHER SUDACA.
- empaque inicialmente de color blanco y negro y varia en temporadas, por ejemplo en navidad el empaque es rojo con cinta verde, en feria de flores, empaque azul con girasoles amarillos, en san Valentín, empaque blanco con corazones rojos, día de padre y madre blanco y negro para conservar sutileza y elegancia
- BROTHER SUDACAS.A.S
- Logo en blanco y negro.



4.6.6 Actividades de promoción y divulgación

Tabla # 3

Promulgación y divulgación de productos BROTHER SUDACA.

ACTIVIDADES DE PROMULGACION Y DIVULGACION BROTHER SUDACA	MESES DEL AÑO EN QUE SE REALIZA	PRECIO X AÑO	VIATICOS	PRECIO X MES
FERIAS NACIONALES	• COLOMBIAMODA Y MODA PARA EL MUNDO JULIO 22 AL 24	\$ 150.000,00	\$ 100.000,00	\$ 250.000,00
PUBLICIDAD	• VOLANTES TODOS LOS MESES	\$ 240.000,00		\$ 20.000,00
	• TARJETAS DE LA EMPRESA TODOS LOS MESES	\$ 5.600.000,00		\$ 466.666,00
	• CATALOGO NOVIEMBRE, DICIEMBRE, MAYO, AGOSTO	\$ 2.000.000,00		\$ 66.666,00
	MODELOS CATALOGO HOMBRE Y MUJER	\$ 2.400.000,00		\$ 400.000,00
	• PAGINA WEB TODOS LOS MESES	\$ 800.000,00		\$ 666.666,00
	• VAYA PUBLICITARIA MAYO, NOVIEMBRE	\$ 5.500.000,00		\$ 916.000,00
DESFILES	• DESFILE MEDELLIN-COLOMBIA NOVIEMBRE	\$ 7.000.000,00		\$ 3.500.000,00
	• DESFILE SAO PAULO- BRASIL SEPTIEMBRE	\$ 330.000,00		\$ 330.000,00
FERIAS INTERNACIONALES	• AJORSUL PORTO ALEGRE MARZO 27 AL 29	\$ 600.000,00	\$ 200.000,00	\$ 800.000,00
TOTAL		\$ 24.620.000,00		\$ 7.415.998,00

Fuente: construcción propia

4.7 Precios de los Productos

4.7.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos.

Tabla # 4

VARIABLES PARA DETERMINAR EL PRECIO DEL PRODUCTO.

FACTORES PARA DETERMINAR EL PRECIO DEL PRODUCTO.	
1	PRECIO DE LA TELA
2	CALIDAD DE LA TELA
3	PRECIO REFERENCIA DE LA COMPETENCIA
4	PRECIO MANO DE OBRA
5	VALOR AGREGADO(LLAMESE EMPAQUE, ACCESORIO ADICIONAL U OTRO)



6	COMIENZO DE LA MARCA (NO DEBEMOS ENTRAR CON UN PRECIO MUY ALTO YA QUE EL POSICIONAMIENTO DE LA MARCA ESTA COMENZANDO)
---	--

Fuente: construcción propia

4.7.2 Precios del producto en base a los costos

Total Costos Variables por Producto	
BLUSON DE DAMA	\$ 18.592,0
CAMISETA DE HOMBRE CUELLO V	\$ 18.450,0
CAMISETA DE HOMBRE CUELLO REDONDO	\$ 17.350,0
CAMISA DE MUJER CON BOLSILLO	\$ 17.950,0
BLUSON DE DAMA EXPORTACION	\$ 32.490,0
CAMISETA DE HOMBRE CUELLO V EXPORTACION	\$ 32.348,0
CAMISETA DE HOMBRE CUELLO REDONDO EXPORTACION	\$ 31.248,0
CAMISETA DE MUJER CON BOLSILLO EXPORTACION	\$ 31.848,2

4.7.3 Los Precios de los Productos propuestos con su utilidad respectiva.

BLUSON DE DAMA	\$ 33.645
CAMISETA DE HOMBRE CUELLO V	\$ 33.210
CAMISETA DE HOMBRE CUELLO REDONDO	\$ 31.230
CAMISA DE MUJER CON BOLSILLO	\$ 32.310
BLUSON DE DAMA EXPORTACION	\$ 58.482
CAMISETA DE HOMBRE CUELLO V EXPORTACION	\$ 58.226
CAMISETA HOMBRE CUELLO REDONDO EXPORTACION	\$ 56.246
CAMISETA DE MUJER CON BOLSILLO EXPORTACION	\$ 57.326

4.7.4 Política de Precios

La utilidad estimada para nuestros productos es del 30%.

Esta es una de nuestras políticas de precios:

Por cada camisa que compres, BROTHER SUDACA donará un juguete para un grupo extenso de niños que habita en el barrio los olivos y niños de los semáforos de la ciudad de Cúcuta. Si compras 2 camisas, contribuyes el doble y tú ahorras el 20% de descuento del total de la compra.

No olvides que BROTHER SUDACA trabaja con tintas eco solventes, los empaques son 100% reciclables y reutilizables y usamos transportes ecológicos.

También tenemos 2x1 en camisetas con el logo BROTHER SUDACA, camisetas básicas, véase en la siguiente imagen.

Grafica # 18



Fuente: construcción propia

Solo estas dos políticas de precios por el momento ya que la marca apenas está en su comienzo, poco a poco iremos definiendo más de acuerdo a las ventas que realicemos.

4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

Formato #5

Costeo de puntos de venta (boutique).

BOUTIQUE MEDELLIN	PRECIO
arrendamiento	2000000
salario vendedor	762000
muebles	1260000
computador	824900
impresora	139000
decoración	3300000
TOTAL	8285900
BOUTIQUE CUCUTA	PRECIO
salario vendedor	854000
muebles	1260000
computador	824900
impresora	139000
total	3077900
BOUTIQUE SAO PAULO	PRECIO
arrendamiento	2900000
salario vendedor	854000
muebles	1260000

computador	824900
impresora	139000
total	5977900

Fuente: construcción propia

4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado

- una de las oportunidades que tiene nuestra empresa es que la empresa maquiladora, CREA ESTRELLA es hermana de BROTHER SUDACA, por ende es mucho más barato la mano de obra y la confección más rápida, ya que se hace presión para que las dos empresas marchen al ritmo.
- Otra oportunidad es el ahorro en cuanto al inventario ya que la empresa antes mencionada es de los socios de BROTHER SUDACA, por ende se puede disponer de un local para manejo de inventario de BROTHER SUDACA.
- Un riesgo que tiene nuestra empresa es la competencia ya que hay marcas que tienen musculo financiero grande que pueden dar precios mucho más económicos y con buena calidad
- Otro riesgo que tenemos es que la marca no es conocida, no está aún posicionada en el mercado y como puede irle muy bien a la empresa, podemos hundirnos y perder todo lo que se ha invertido, trabajo físico, dinero, tiempo etc.
- Una gran oportunidad es que tenemos excelentes proveedores de tejido de punto que traen sus telas desde Perú dándonos una calidad con garantía.
- Otro riesgo es que puede que el cliente no acepte el concepto que BROTHER SUDACA le ofrece, por tanto los diseños no impacten y no vendamos los productos.
- Una oportunidad que podemos mirar es que tenemos asesoría de personas que son especialistas en textiles, además tenemos molderías muy buenas al estilo de otras marcas muy reconocidas como americanino y chevignon.

4.10 Plan de ventas

Estamos convencidos de que para el desarrollo de nuestra empresa en un entorno competitivo y en constante desarrollo, precisamos de una fuerza de ventas sostenida por una estrategia inteligente y de soporte capaz de abrir una brecha importante para acelerar el proceso de crecimiento.

Algunos factores importantes para lograr esto.

- captación de nuevos clientes.
- servicio posventa excelente.
- fidelización de clientes

- ventas por mes.

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

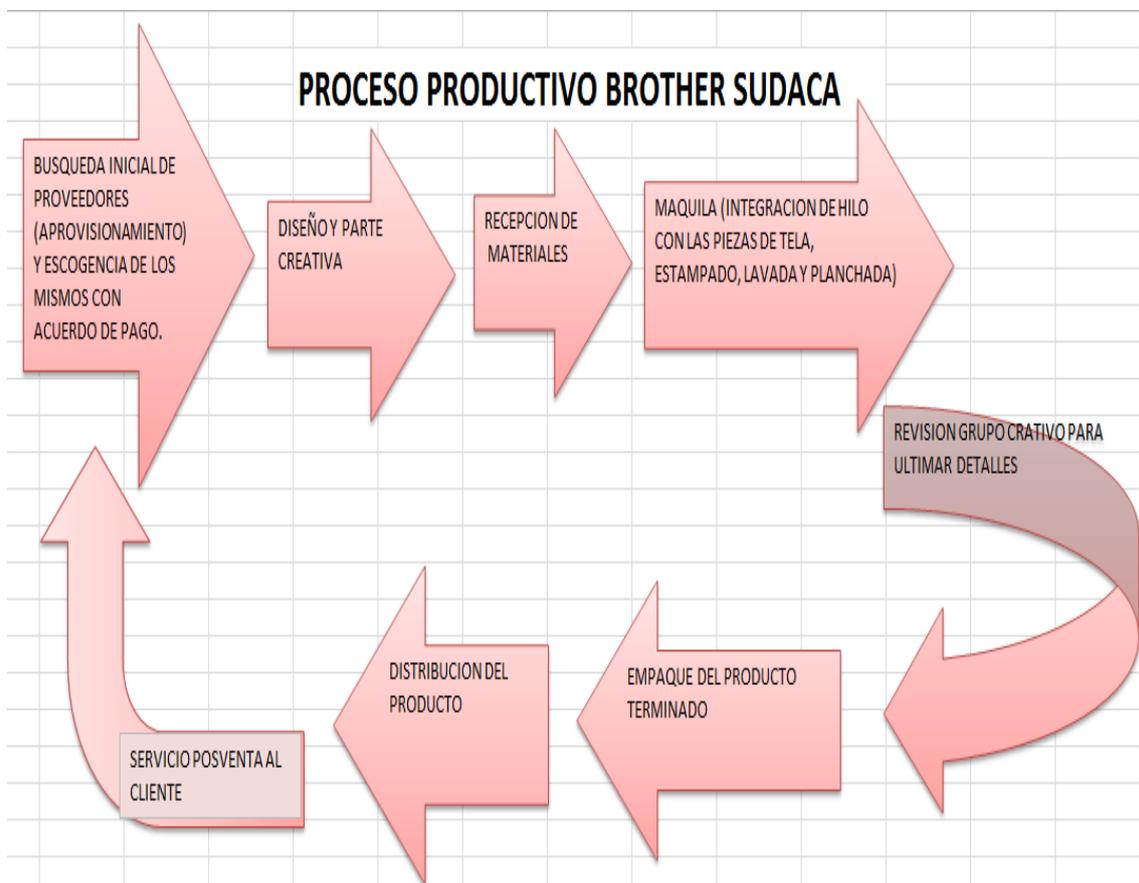
5.1 Objetivos de producción

- Elaborar productos de alta calidad utilizando el menor costo posible, con entregas en el tiempo y lugar adecuado, tal como el cliente lo exige.
- Exportar los productos BROTHER SUDACA a Brasil- sao Paulo, posicionándonos en ese mercado como una de las empresas con mejor calidad en confección y tela de blusas y camisas.

5.2 Descripción del proceso de producción

Grafica #19

Proceso productivo BROTHER SUDACA



Fuente: construcción propia

Para llevar a cabo el proceso de producción pasamos los diseños a la empresa maquiladora y luego de que ellos nos entreguen el producto procedemos a revisar y ultimar detalles como pegar este tipo de accesorios a la prenda

Grafica #20

Publicidad en las prendas.



Fuente: construcción propia

5.3 Capacidad de producción

La empresa maquiladora puede producir las siguientes cantidades por mes para ventas nacionales:

BLUSON DE DAMA
100 unidades por mes

CAMISETA DE HOMBRE CUELLO V
100 unidades por mes

CAMISETA DE HOMBRE CUELLO REDONDO
120 unidades por mes

CAMISETA DE MUJER CON BOLSILLO
100 unidades por mes

Para un total de 440 unidades por mes.

Mi plan de ventas nacional por mes es

BLUSON DE DAMA
250 unidades por mes

CAMISETA DE HOMBRE CUELLO V
250 unidades por mes

CAMISETA DE HOMBRE CUELLO REDONDO
280 unidades por mes

CAMISETA DE MUJER CON BOLSILLO
200 unidades por mes

Para un total de 980 unidades por mes.

Dejando una capacidad ociosa de 540 unidades por total de referencias.

Capacidad de producción para ventas internacionales

BLUSON DE DAMA
120 unidades por mes

CAMISETA DE HOMBRE CUELLO V
150 unidades por mes

CAMISETA DE HOMBRE CUELLO REDONDO
120 unidades por mes

CAMISETA DE MUJER CON BOLSILLO
100 unidades por mes

Para un total de 490 unidades por mes.

Mi plan de ventas internacional por mes es

BLUSON DE DAMA
300 unidades por mes

CAMISETA DE HOMBRE CUELLO V
300 unidades por mes

CAMISETA DE HOMBRE CUELLO REDONDO
200 unidades por mes

CAMISETA DE MUJER CON BOLSILLO
250 unidades por mes

Para un total de 1050 unidades por mes.

Dejando una capacidad ociosa de 560 unidades por total de referencias.

5.4 Plan de Producción

En la siguiente imagen se encuentra la información de plan de ventas, la capacidad de producción y el plan de producción mensual de BROTHER SUDACA de acuerdo a la demanda

Formato# 6 Análisis productivo BROTHER SUDACAventas nacionales i internacionales.

ANALISIS PRODUCTIVO BROTHER SUCADA VENTA NACIONAL				
REFERENCIAS	UNIDAD DE PERIODO	PLAN DE VENTAS	CAPACIDAD DE	PLAN DE PRODUCCION
BLUSON DE DAMA	mensual	250	100	50
CAMISETA DE HOMBRE CUELLO V	mensual	250	100	70
CAMISETA DE HOMBRE CUELLO REDONDO	mensual	280	120	100
CAMISETA DE MUJER CON BOLSILLO	mensual	200	100	40
TOTAL		980	420	260

ANALISIS PRODUCTIVO BROTHER SUCADA VENTA INTERNACIONAL				
REFERENCIAS	UNIDAD DE PERIODO	PLAN DE VENTAS	CAPACIDAD DE PRODUCCION	PLAN DE PRODUCCION
BLUSON DE DAMA	mensual	300	120	70
CAMISETA DE HOMBRE CUELLO V	mensual	300	150	100
CAMISETA DE HOMBRE CUELLO REDONDO	mensual	200	120	100
CAMISETA DE MUJER CON BOLSILLO	mensual	250	100	70
TOTAL		1.050	490	340

Fuente: construcción propia.

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 Locaciones

Nuestra bodega estará ubicada en prado centro en la dirección: Calle 60 n 43-49, prado centro, Miranda con el palo, este local es propiedad de creaciones estrella empresa maquiladora de las prendas BROTHER SUDACA.

Las tres boutiques estarán ubicadas en el poblado sector vía primavera, en Cúcuta en el sector puerto lleras cra 60 numero 22 44, en sao Paulo Brasil en Alameda Santos 1.800, 10 andar, Conj. 10B – São, se hará contratación de cámaras de video para la bodega y los tres puntos de venta

5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Formato # 7

Maquinaria, equipos, muebles y enseres BROTHER SUDACA.

NOMBRE DEL PROVEEDOR	PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO
HEWLETT PACKARD TODO EN UNO	COMPUTADOR	1	\$ 824.900
HEWLETT PACKARD	IMPRESORA	1	\$ 139.900,00
CANON	CAMARA FOTOGRAFICA	1	\$ 799.000
HEWLETT PACKARD	CAMARAS DE SEGURIDADKIT COMPLETO	1	\$ 693.900,00
HEWLETT PACKARD	ESCRITORIO	1	\$ 179.900,00
HEWLETT PACKARD	RELOJ DE PARED	1	\$ 34.900,00
HEWLETT PACKARD	SILLA GIRATORIA	1	\$ 69.900,00

Fuente: construcción propia

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

Formato # 6

Materiales e insumos por referencia

BLUSON DE DAMA			
<u>insumo</u>	<u>Costo Unitario</u>	<u>Cantidad</u>	<u>Unidades</u>
TELA	\$ 3.621,00	2,00	MT2
MARQUILLAS Y OTROS	\$ 750,00	3,00	UNIDAD
MANO DE OBRA MAQUILA	\$ 4.000,00	1,00	UNIDAD
HILO	\$ 1.500,00	1,00	UNIDAD
ACCESORIOS	\$ 1.300,00	2,00	UNIDAD
ESTAMPADO	\$ 6.000,00	1,00	UNIDAD
CAMISETA DE HOMBRE CUELLO V			
<u>insumo</u>	<u>Costo Unitario</u>	<u>Cantidad</u>	<u>Unidades</u>
TELA	\$ 3.700,00	2,00	MT2
MARQUILLAS Y OTROS	\$ 750,00	3,00	UNIDAD
MANO DE OBRA MAQUILA	\$ 4.000,00	1,00	UNIDAD
HILO	\$ 1.200,00	1,00	UNIDAD
ACCESORIOS	\$ 1.300,00	2,00	UNIDAD
ESTAMPADO	\$ 6.000,00	1,00	UNIDAD
CAMISETA DE HOMBRE CUELLO REDONDO			
<u>insumo</u>	<u>Costo Unitario</u>	<u>Cantidad</u>	<u>Unidades</u>
TELA	\$ 3.750,00	2,00	MT2
MARQUILLAS Y OTROS	\$ 750,00	3,00	UNIDAD
HILO	\$ 1.200,00	1,00	UNIDAD
ACCESORIOS	\$ 1.400,00	1,00	UNIDAD
ESTAMPADO	\$ 6.000,00	1,00	UNIDAD
MANO DE OBRA	\$ 4.000,00	1,00	UNIDAD
CAMISA DE MUJER CON BOLSILLO			
<u>insumo</u>	<u>Costo Unitario</u>	<u>Cantidad</u>	<u>Unidades</u>
TELA	\$ 4.600,00	2,00	MT2
MARQUILLAS Y OTROS	\$ 750,00	4,00	UNIDAD
BOTONES	\$ 150,00	5,00	UNIDAD
MANO DE OBRA MAQUILA	\$ 4.000,00	1,00	UNIDAD
ESTAMPADO	\$ 6.000,00	1,00	UNIDAD
ACCESORIOS	\$ 0,00	2,00	UNIDAD

Fuente: construcción propia

5.5.4 Requerimientos de servicios.

Formato # 7

Requerimiento de servicios.

PROVEEDOR	COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN MENSUALES	
CREACIONES ESTRELLA	Arriendo	\$ 1.700.000
EPM	Servicios	\$ 400.000
ALARMAR	Vigilancia	\$ 60.000

Fuente: construcción propia

5.5.5 Requerimientos de personal.

Formato # 8

Requerimiento de personal

CARGO	Salario persona	Por	Salario total
2 operarios para bodega y empaque	\$ 616.000		\$ 1232.000
Contratación de moldería	\$ 616.000		\$ 616.000

Fuente: construcción propia

5.6 Programa de producción

Formato #9

Programa de producción

PROGRAMA DE PRODUCCION PREOPERATIVA BROTHER SUDACA		
Nº	ACTIVIDAD	TIEMPOS DE EJECUCION
1	COMPRA DE BODEGA Y BOUTIQUES	4SEMANAS
2	ACONDICIONAMIENTO	2 SEMANAS
3	SELECCIÓN DE PROVEEDORES	2 SEMANAS
4	SELECCIÓN DE EMPRESA MAQUILADORA	1 SEMANA
5	ELABORACION DE PAGINA WEB	1 SEMANA

6	CREACION DE PERFIL EN REDES SOCIALES	1 DIA
---	--------------------------------------	-------

Fuente: construcción propia

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

- **PROCESO MERCADEO:** de este proceso depende diseño donde se hace todo lo que tiene que ver con el logo de la empresa y la creación de marca, se analizan los diseños de las prendas con su respectivo estampado en caso de que la prenda lo lleve, las mismas personas de BROTHER SUDACA son quienes realizan este proceso, en el caso de estampación la empresa maquiladora realiza el contacto. La publicidad es diseñada por BROTHER SUDACA y se mandan a imprimir los volates, vayas y demás. En cuanto a las ventas, se contrataron 3 vendedores para cada punto de venta, 2 a nivel nacional y 1 a nivel internacional.
- **PROCESO DE COMERCIO EXTERIOR:** en este proceso se incluye la exportación de los productos, para esto se contrató una persona encargada de hacer todo el proceso para la exportación.
- **PROCESO DE FINANZAS:** se desprenden de este proceso contabilidad donde se llevan las cuentas de la empresa y análisis financiero donde se revisa el estado de la empresa, en caso de pérdidas o ganancias.
- **PROCESO DE PRODUCCION:** contratación de maquila para formación de las prendas.
- **PROCESO DIRECCION TECNICA:** se lleva a cabo el empaque y embalaje del producto luego de que la maquila lo entrega en las bodegas de BROTHER SUDACA.

6.1.2 Procesos administrativos externalizados

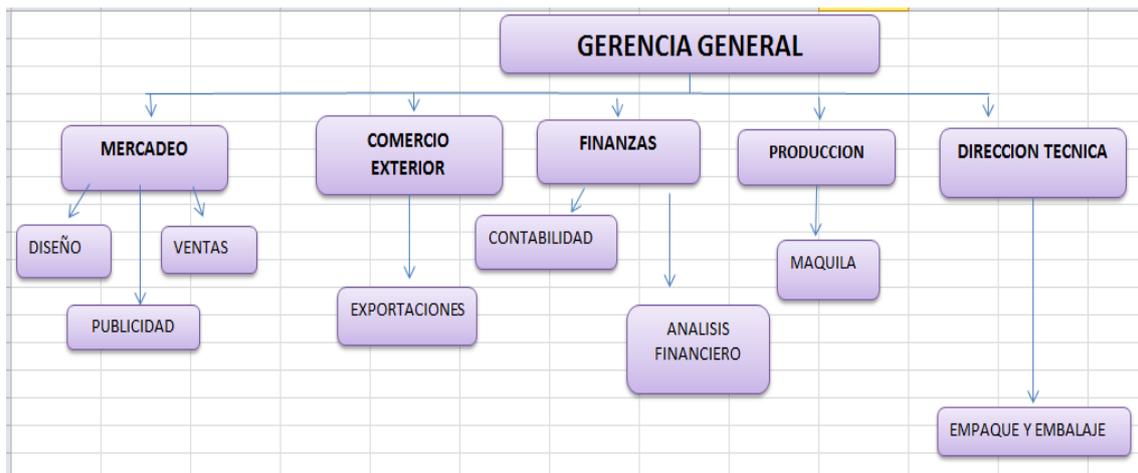
PROCESO DE MAQUILA: Se contrata empresa maquiladora pagando inicialmente \$ 4000 por prenda, nombre del proveedor Creaciones Estrella.

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama

Grafica #21

Organigrama de procesos.



Fuente: construcción propia.

6.2.2 Descripción funcional de la Organización

HAGA UNA DESCRIPCIÓN SUMARIA DE LAS FUNCIONES DE LOS CARGOS ADMINISTRATIVOS.

CONTADOR

- ✚ Elaboración y suscripción de certificados de Ingresos
- ✚ Certificación de estados financieros
- ✚ Dictamen de estados financieros
- ✚ Opiniones profesionales distintas del dictamen
- ✚ Revisión y suscripción de estados financieros
- ✚ Verificación de estados financieros
- ✚ Comprobación de estados financieros
- ✚ Análisis de estados financieros
- ✚ Análisis verticales y horizontales financiero, contables y presupuestales
- ✚ Revisión de procesos financieros (Es una función más gerencial)
- ✚ Revisión de procesos contables
- ✚ Asesoría financiera y de tesorería
- ✚ Asesoría contable

ANALISTA FINANCIERO

- ✚ Trabajos de compilación
- ✚ Actualización financiera.
- ✚ Manejo integral financiero,
- ✚ Estudio de planificación de utilidades
- ✚ Elaboración de presupuestos
- ✚ Análisis y evaluación de cartera
- ✚ Organización e implementación de sistemas financieros
- ✚ Asesoría en portafolio de inversiones y mercado de capitales
- ✚ Evaluación de proyectos y análisis de factibilidad
- ✚ Valoración de empresas

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

El local para administración será arrendado, allí mismo estará la bodega, el monto del arriendo es de 1700.000 mil pesos sujeto a variación, estará ubicado en prado centro en la dirección: Calle 60 n 43-49, miranda con el palo, este local es propiedad de creaciones estrella empresa maquiladora de las prendas BROTHER SUDACA.

6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

Tabla # 5

Aprovisionamiento de equipos, muebles y enseres.

PROVEEDOR	ARTIICULO (S)	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	UNIDAD ES
HOMECENTER	COMPUTADORES	\$ 824.900	\$3299.600	4
HOMECENTER	IMPRESORA	\$ 139.900	\$ 559.600	4

HOMECENTER	RELOJ DE PARED	\$ 34.000	\$ 34.000	1
HOMECENTER	MUEBLE CENTRAL	\$ 1260.000	\$ 1260.000	1
HOMECENTER	SILLA GIRATORIA	\$ 69.900	\$ 279.600	4
HOMECENTER	TELEFONO	\$ 179.000	\$ 359.800	2
HOMECENTER	ESCRITORIOS	\$ 179.000	\$ 719.600	4

Fuente: construcción propia

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

Grafica #22

Materiales de oficina BROTHER SUDACA.

PAPELERIA LA SORPRESA	borradores	4	\$ 2.100,00	\$ 8.400,00
PAPELERIA LA SORPRESA	lapiceros	5	\$ 3.000,00	\$ 15.000,00
PAPELERIA LA SORPRESA	agendas	3	\$ 36.000,00	\$ 108.000,00
PAPELERIA LA SORPRESA	cinta	2	\$ 2.000,00	\$ 4.000,00
PAPELERIA LA SORPRESA	resmas de papel	5	\$ 21.000,00	\$ 105.000,00
PAPELERIA LA SORPRESA	carpetas	3	\$ 3.000,00	\$ 9.000,00
PAPELERIA LA SORPRESA	clips caja	1	\$500	\$500
PAPELERIA LA SORPRESA	portaminas	3	\$ 12.000,00	\$ 36.000,00
PAPELERIA LA SORPRESA	resaltadores	3	\$ 3.000,00	\$ 9.000,00
PAPELERIA LA SORPRESA	minas para portaminas	5	\$ 1.600,00	\$ 8.000,00
PAPELERIA LA SORPRESA	regla	3	\$ 2.100,00	\$ 6.300,00
PAPELERIA LA SORPRESA	cosedora	3	\$ 10.000,00	\$ 30.000,00
SUPERMERCADO S EURO	trapeadora	1	\$ 5.860,00	\$ 5.860,00
SUPERMERCADO S EURO	escoba	1	\$ 6.050,00	\$ 6.050,00
SUPERMERCADO S EURO	recogedor	1	\$ 8000	\$8000
SUPERMERCADO S EURO	dulceabrigo	2	\$ 4.780,00	\$ 9.560,00
SUPERMERCADO S EURO	fabuloso	2	\$ 8.800,00	\$ 17.600,00
SUPERMERCADO S EURO	jabon polvo	1	\$ 11.290,00	\$ 11.290,00
SUPERMERCADO S EURO	jabon barra	2	\$ 2.480,00	\$ 4.960,00

Fuente: construcción propia

6.3.4 Requerimientos de servicios.

Tabla # 6

Servicios necesarios para la administración

PROVEEDOR	SERVICIOS NECESARIOS PARA LA ADMINISTRACION	
CREACIONES ESTRELLA	Arriendo	\$ 1.700.000
EPM	Servicios públicos	\$ 400.000
ALARMAR	Vigilancia	\$ 60.000

Fuente: construcción propia

NOTA: Se especifican los servicios que se necesitan, mas son los mismos que en producción, dice que no se deben incluir, pero es mejor para claridad del lector.

6.3.5 Requerimientos de personal

Tabla#7

Requerimiento de personal administrativo, salarios.

CARGO	SALARIO	PRESTACIONES SOCIALES
CONTADOR	\$ 1.900.000	\$ 985.255
ANALISTA FINANCIERO	\$ 2.100.000	\$1088.966

Fuente: construcción propia.

6.4 Programa de administración

Para que la empresa comience a funcionar necesitamos hacer contratación cuanto a personal y maquila, elementos que se ven reflejados en el análisis financiero en los gastos pre operativos.

7. ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

S.A.S (BROTHER SUDACAS.AS)

La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.

Ventajas De Constitución De Una Sociedad S.A.S

- Puede desarrollar actividades de comercio en el extranjero cumpliendo reglamentaciones para dicho país.
- Si hay menos de 5 accionistas la creación de la S.A.S puede ser virtual
- El impuesto de registro se liquida sobre el monto del capital que los socios decidan para la s.a.s
- Tiene la característica que no tiene que guardar proporciones respecto al capital que los socios decidan.
- No es obligatorio un revisor fiscal, salvo a que los activos sean superiores a los que especifica el artículo 13 de la ley 43 de 1990, por ende la certificación la hace un contador público.
- No es obligatorio crear junta directiva, pero si la sociedad quiere hacerlo, está permitido.
- en cuanto al termino de duración y al objeto social: Mientras que en los otros tipos de sociedad, es obligatorio especificar el tiempo de duración y el objeto social, y para modificarlos se requiere reformar los estatutos

mediante escritura pública, en las sociedades por acciones simplificadas no se requiere precisar el número de años que durará la sociedad, ni tampoco determinar la actividad a la que se dedicará la empresa, a menos que así lo quieran los accionistas. Una de las ventajas de lo anteriormente comentado, es que no existirá causal de disolución por vencimiento del término de duración, y cuando la compañía pretenda dedicarse a otras actividades distintas a las contempladas inicialmente.

Requisitos para la constitución de la sociedad por acciones simplificada S.A.S.

1. Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen).
2. Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.
3. El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
4. El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
5. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
6. El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.
7. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

Para esto:

Considere si se ajusta a una cooperativa de trabajo asociado, cooperativa de distribución, cooperativa de comercialización, pre-cooperativa, asociación mutua, corporación, fundación, federación, empresa unipersonal, sociedad de hecho, sociedad limitada, sociedad comandita, sociedad anónima, entre los tipos más comunes.

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

Para la constitución de la S.A.S ya **NO** hay un monto de capital suscrito, ni autorizado, los socios deciden cuanto es el valor de sus aportes y son responsables hasta dicho valor, para la conformación de la s.a.s se necesitan además de unos requisitos, los siguientes formatos.

- **Pre- Rut:** se obtiene de forma virtual, en la página www.dian.gov.co sin costo.
- **Documento de constitución y registro:** se debe sacar en notaria y la minuta tiene un valor de \$230.000, para un capital de conformación de

4.000.000, en caso de variar el capital, es mínimo el costo en el que aumenta o disminuye el valor de la escritura

- **Formulario único empresarial y social:** se obtiene en cámara de comercio con un costo de \$ 4.000

Licencia Sanitaria De la clasificación de los establecimientos

Artículo 3º.- Para efectos de la aplicación de la presente Resolución los Establecimientos se clasifican en:

a. De bajo riesgo sanitario:

Almacenes, oficinas, agencias (viajes, lavandería y vigilancia), joyerías, platerías, misceláneas, bancos, ferreterías, floristerías y similares.

b. De alto riesgo sanitario:

(Locativo, ambiental, producción de desechos contaminantes, riesgos ocupacionales o riesgos de consumo o manejo de alimentos).

Industria manufacturera, metalmecánica de la construcción, talleres, tipografías, litografías depósitos de materiales reciclables y no reciclables.

Hoteles, moteles, salones de belleza, depósito y expendio de alimentos y licores, re empacadoras de alimentos y apicultura.

Aspectos tributarios.

Las obligaciones tributarias de la sociedad por acciones simplificada son las mismas que tienen los otros tipos de sociedades. Por ser una persona jurídica, está obligada a expedir factura y cobrar el impuesto al valor agregado, IVA. Este impuesto lo paga el comprador, pero la empresa hace de recaudador y debe consignarle bimestralmente a la Diana. Cuando la sociedad paga un bien o un servicio, si el monto alcanza los topes establecidos por la Dian, debe hacer retención en la fuente por el impuesto a la renta, la cual debe consignarse mensualmente, esta figura no es un impuesto. Es un anticipo así mismo, debe declarar y pagar bimestralmente el impuesto de industria y comercio, que es un impuesto municipal.

Cámara De Comercio De Medellin, Constitución de S.O.S.

8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

Tabla # 8

NOMBRE DEL SOCIO	MONTO DEL APOORTE	MOMENTO EN QUE REALIZA EL APOORTE.
DIANA MARCELA MARIN	\$ 3000.000	Antes de la creación de la empresa.
ALEJANDRA GALEANO	\$ 3000.000	Antes de la creación de la empresa.

Fuente: elaboración propia

8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios

AMORTIZACIÓN DE CREDITOS Y PRÉSTAMOS BANCARIOS.

Tabla # 9

Tabla de Amortización Prestamo (Mensual)				
Periodo	Cuota Prestamo	Intereses	Capital	Saldo
0				\$ 120.000.000
1	\$ 3.561.664	\$ 2.556.000	\$ 1.005.664	\$ 118.994.336
2	\$ 3.561.664	\$ 2.534.579	\$ 1.027.085	\$ 117.967.251
3	\$ 3.561.664	\$ 2.512.702	\$ 1.048.962	\$ 116.918.289
4	\$ 3.561.664	\$ 2.490.360	\$ 1.071.305	\$ 115.846.984
5	\$ 3.561.664	\$ 2.467.541	\$ 1.094.124	\$ 114.752.860
6	\$ 3.561.664	\$ 2.444.236	\$ 1.117.428	\$ 113.635.432
7	\$ 3.561.664	\$ 2.420.435	\$ 1.141.230	\$ 112.494.202
8	\$ 3.561.664	\$ 2.396.126	\$ 1.165.538	\$ 111.328.664
9	\$ 3.561.664	\$ 2.371.301	\$ 1.190.364	\$ 110.138.300
10	\$ 3.561.664	\$ 2.345.946	\$ 1.215.719	\$ 108.922.581
11	\$ 3.561.664	\$ 2.320.051	\$ 1.241.613	\$ 107.680.968
12	\$ 3.561.664	\$ 2.293.605	\$ 1.268.060	\$ 106.412.908
13	\$ 3.561.664	\$ 2.266.595	\$ 1.295.069	\$ 105.117.839
14	\$ 3.561.664	\$ 2.239.010	\$ 1.322.654	\$ 103.795.184
15	\$ 3.561.664	\$ 2.210.837	\$ 1.350.827	\$ 102.444.357
16	\$ 3.561.664	\$ 2.182.065	\$ 1.379.600	\$ 101.064.758
17	\$ 3.561.664	\$ 2.152.679	\$ 1.408.985	\$ 99.655.773
18	\$ 3.561.664	\$ 2.122.668	\$ 1.438.996	\$ 98.216.776
19	\$ 3.561.664	\$ 2.092.017	\$ 1.469.647	\$ 96.747.129
20	\$ 3.561.664	\$ 2.060.714	\$ 1.500.951	\$ 95.246.178
21	\$ 3.561.664	\$ 2.028.744	\$ 1.532.921	\$ 93.713.258
22	\$ 3.561.664	\$ 1.996.092	\$ 1.565.572	\$ 92.147.686
23	\$ 3.561.664	\$ 1.962.746	\$ 1.598.919	\$ 90.548.767
24	\$ 3.561.664	\$ 1.928.689	\$ 1.632.976	\$ 88.915.791
25	\$ 3.561.664	\$ 1.893.906	\$ 1.667.758	\$ 87.248.033
26	\$ 3.561.664	\$ 1.858.383	\$ 1.703.281	\$ 85.544.752
27	\$ 3.561.664	\$ 1.822.103	\$ 1.739.561	\$ 83.805.191
28	\$ 3.561.664	\$ 1.785.051	\$ 1.776.614	\$ 82.028.577
29	\$ 3.561.664	\$ 1.747.209	\$ 1.814.456	\$ 80.214.121
30	\$ 3.561.664	\$ 1.708.561	\$ 1.853.104	\$ 78.361.017
31	\$ 3.561.664	\$ 1.669.090	\$ 1.892.575	\$ 76.468.443
32	\$ 3.561.664	\$ 1.628.778	\$ 1.932.887	\$ 74.535.556
33	\$ 3.561.664	\$ 1.587.607	\$ 1.974.057	\$ 72.561.499
34	\$ 3.561.664	\$ 1.545.560	\$ 2.016.104	\$ 70.545.395
35	\$ 3.561.664	\$ 1.502.617	\$ 2.059.048	\$ 68.486.347
36	\$ 3.561.664	\$ 1.458.759	\$ 2.102.905	\$ 66.383.442
37	\$ 3.561.664	\$ 1.413.967	\$ 2.147.697	\$ 64.235.745
38	\$ 3.561.664	\$ 1.368.221	\$ 2.193.443	\$ 62.042.302
39	\$ 3.561.664	\$ 1.321.501	\$ 2.240.163	\$ 59.802.138
40	\$ 3.561.664	\$ 1.273.786	\$ 2.287.879	\$ 57.514.259
41	\$ 3.561.664	\$ 1.225.054	\$ 2.336.611	\$ 55.177.649
42	\$ 3.561.664	\$ 1.175.284	\$ 2.386.380	\$ 52.791.268
43	\$ 3.561.664	\$ 1.124.454	\$ 2.437.210	\$ 50.354.058
44	\$ 3.561.664	\$ 1.072.541	\$ 2.489.123	\$ 47.864.935
45	\$ 3.561.664	\$ 1.019.523	\$ 2.542.141	\$ 45.322.794
46	\$ 3.561.664	\$ 965.376	\$ 2.596.289	\$ 42.726.505
47	\$ 3.561.664	\$ 910.075	\$ 2.651.590	\$ 40.074.915
48	\$ 3.561.664	\$ 853.596	\$ 2.708.069	\$ 37.366.846
49	\$ 3.561.664	\$ 795.914	\$ 2.765.751	\$ 34.601.095
50	\$ 3.561.664	\$ 737.003	\$ 2.824.661	\$ 31.776.434
51	\$ 3.561.664	\$ 676.838	\$ 2.884.826	\$ 28.891.608
52	\$ 3.561.664	\$ 615.391	\$ 2.946.273	\$ 25.945.335
53	\$ 3.561.664	\$ 552.636	\$ 3.009.029	\$ 22.936.306
54	\$ 3.561.664	\$ 488.543	\$ 3.073.121	\$ 19.863.185
55	\$ 3.561.664	\$ 423.086	\$ 3.138.579	\$ 16.724.606
56	\$ 3.561.664	\$ 356.234	\$ 3.205.430	\$ 13.519.176
57	\$ 3.561.664	\$ 287.958	\$ 3.273.706	\$ 10.245.470
58	\$ 3.561.664	\$ 218.229	\$ 3.343.436	\$ 6.902.034
59	\$ 3.561.664	\$ 147.013	\$ 3.414.651	\$ 3.487.383
60	\$ 3.561.664	\$ 74.281	\$ 3.487.383	\$ 0

\$ 29.152.881 \$ 13.587.092

\$ 25.242.856 \$ 17.497.117

\$ 20.207.624 \$ 22.532.349

\$ 13.723.377 \$ 29.016.596

\$ 5.373.127 \$ 37.366.846

Fuente: análisis financiero

El préstamo para BROTHER SUDACA lo realizamos por \$120.000.000 a 5 años de cuotas iguales cada mes con un interés del 2, 13% efectivo mensual, a

medida que va abonando al capital en forma creciente cada mes, va disminuyendo la deuda hasta llegar a cero en la cuota # 60.

Tabla#10

DATOS GENERALES DEL PROYECTO	
Prestamo Bancario (Financiación)	

Monto del Prestamo:	\$ 120.000.000
Intereses (efectivo Mensual):	2,13%
Plazo (meses):	60
Modalidad del Préstamo:	

Requerimientos Financieros	\$ 105.751.742,59
Prestamo Bancario	\$ 120.000.000
Recursos Propios	-\$ 14.248.257,41

Fuente: análisis financiero

NOMBRE DE LA ENTIDAD FINANCIERA: Bancolombia

FECHA DESEMBOLSO: 14 de enero 2015

DESTINACION: proyecto de creación de empresa.

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

ELABORE EL CALENDARIO DE INGRESOS DEL PROYECTO.

CALENDARIO INGRESOS REFERENCIAS INTERNACIONALES

Tabla #11

Ingrese el Nombre del Producto:

Ventas Estimadas por Mes (Unidades)

Altas (optimista)	250	Unidad de Medida	unidad
Medias (medio)	100	Precio Unitario Venta	\$ 33.465
Bajas (pesimista)	50	Consolidado (Medio)	133

Ingrese el Nombre del Producto: CAMISETA DE HOMBRE CUELLO V

Ventas Estimadas por Mes (Unidades)

Altas (optimista)	250	Unidad de Medida	UNIDAD
Medias (medio)	100	Precio Unitario Venta	\$ 33.210
Bajas (pesimista)	70	Consolidado (Medio)	140

Ingrese el Nombre del Producto: CAMISETA DE HOMBRE CUELLO REDONDO

Ventas Estimadas por Mes (Unidades)

Altas (optimista)	280	Unidad de Medida	UNIDAD
Medias (medio)	120	Precio Unitario Venta	\$ 31.230
Bajas (pesimista)	100	Consolidado (Medio)	167

Ingrese el Nombre del Producto: CAMISA DE MUJER CON BOLSILLO

Ventas Estimadas por Mes (Unidades)

Altas (optimista)	200	Unidad de Medida	UNIDAD
Medias (medio)	100	Precio Unitario Venta	\$ 32.310
Bajas (pesimista)	40	Consolidado (Medio)	113

Fuente: análisis financiero

En las descripciones anteriores podemos visualizar las ventas estimadas por mes en unidades las cuales generan el ingreso de la empresa, en este caso para las referencias nacionales, tambien vease el precio de venta y su respectiva unidad de medida.

CALENDARIO INGRESOS REFERENCIAS INTERNACIONALES

Tabla# 12

Ingrese el Nombre del Producto: BLUSON DE DAMA EXPORTACION

Ventas Estimadas por Mes (Unidades)

Altas (optimista)	300	Unidad de Medida	UNIDAD
Medias (medio)	120	Precio Unitario Venta	\$ 58.482
Bajas (pesimista)	70	Consolidado (Medio)	163

Ingrese el Nombre del Producto: CAMISETA DE HOMBRE CUELLO V EXPORTACION

Ventas Estimadas por Mes (Unidades)

Altas (optimista)	300	Unidad de Medida	UNIDAD
Medias (medio)	150	Precio Unitario Venta	\$ 58.226
Bajas (pesimista)	100	Consolidado (Medio)	183

Ingrese el Nombre del Producto: CAMISETA DE HOMBRE CUELLO REDONDO EXPORTACION

Ventas Estimadas por Mes (Unidades)

Altas (optimista)	200	Unidad de Medida	UNIDAD
Medias (medio)	120	Precio Unitario Venta	\$ 56.246
Bajas (pesimista)	100	Consolidado (Medio)	140

Ingrese el Nombre del Producto: CAMISETA DE MUJER CON BOLSILLO EXPORTACION

Ventas Estimadas por Mes (Unidades)

Altas (optimista)	250	Unidad de Medida	UNIDAD
Medias (medio)	100	Precio Unitario Venta	\$ 57.326
Bajas (pesimista)	70	Consolidado (Medio)	140

Fuente: análisis financiero

En las descripciones anteriores podemos visualizar las ventas estimadas por mes en unidades para las referencias internacionales, el precio de venta y su respectiva unidad de medida.

8.2.1.2 Otros Ingresos

NO HAY OTROS INGRESOS EN NUESTRO PROYECTO.

8.2.2 Egresos

8.2.2.1 Inversiones

ELABORE EL CALENDARIO DE INVERSIONES.

Tabla#13

INVERSIONES (EXIGIBLES y DISPONIBLES)				
Activos Fijos				
Activos Fijos Exigibles (Vida Util)	Valor	Depreciación Mensual	Activos Fijos Disponibles	Valor
Terrenos	\$ 0,0	\$ 0,0	Terrenos	\$ 0,0
impresoras	\$ 419.700,0	\$ 10.475,0	impresoras	\$ 419.700,0
camara fotografica	\$ 1.598.000,0	\$ 26.633,0	camaras fotograficas	\$ 1.598.000,0
Muebles	\$ 3.780.000,0	\$ 94.500,0	muebles	\$ 3.780.000,0
computadores	\$ 2.474.700,0	\$ 61.867,0	computadores	\$ 2.474.700,0
camara de seguridad	\$ 693.900,0	\$ 5.782,0	camara de seguridad	\$ 693.900,0
escritorio	\$ 539.700,0	\$ 13.492,0	escritorio	\$ 539.700,0
reloj de pared	\$ 104.700,0	\$ 2.617,0	reloj de pared	\$ 104.700,0
silla giratoria	\$ 209.700,0	\$ 5.242,0	silla giratoria	\$ 209.700,0
telefono	\$ 539.700,0	\$ 13.495,0	telefono	\$ 539.700,0
Total Gasto Preoperativos Exigibles	\$ 11.934.000,0		Total Gasto Preoperativos Disponible	\$ 0,0
Toatal Amortización Mensual		\$ 198.900,0		

Fuente: análisis financiero

En la tabla anterior se describen las inversiones que se han hecho para la empresa en el area administrativa.

Tabla # 14

Gastos Preoperativos				
Gastos Preoperativos Exigibles	Valor	Amortización	Gastos Preoperativos Disponibles	Valor
Constitución y registro	\$ 1.000.000,0	\$ 16.666,7	Constitución y registro	\$ 0,0
decoracion	\$ 9.900.000,0	\$ 165.000,0	Diseño organizacional	\$ 0,0
pagina web	\$ 800.000,0	\$ 13.333,3	Presentación y Promoción	\$ 0,0
documento de constitucion notaria	\$ 230.000,0	\$ 3.833,3	Estudios financieros	\$ 0,0
formulario unico empresarial y social	\$ 4.000,0	\$ 66,7	Investigación y estudios	\$ 0,0
Salarios			Salarios	\$ 0,0
Costos financieros	\$ 0,0	\$ 0,0	Costos financieros	\$ 0,0
Viaje y representación	\$ 0,0	\$ 0,0	Viaje y representación	\$ 0,0
Costos de Capacitación	\$ 0,0	\$ 0,0	Costos de Capacitación	\$ 0,0
Honorarios de Asesores	\$ 0,0	\$ 0,0	Honorarios de Asesores	\$ 0,0
Publicidad y Promoción	\$ 0,0	\$ 0,0	Publicidad y Promoción	\$ 0,0
Puesta en Marcha	\$ 0,0	\$ 0,0	Puesta en Marcha	\$ 0,0
Otros (Especificar)	\$ 0,0	\$ 0,0	Otros Gastos	\$ 0,0
Adecuaciones Locativas	\$ 0,0	\$ 0,0		\$ 0,0
Gastos de Registro	\$ 0,0	\$ 0,0		\$ 0,0
Certificados de salud y Bomberos	\$ 0,0	\$ 0,0		\$ 0,0
	\$ 0,0	\$ 0,0		\$ 0,0
Total Gasto Preoperativos Exigibles	\$ 11.934.000,0		Total Gasto Preoperativos Disponible	\$ 0,0
Toatal Amortización Mensual		\$ 198.900,0		

CAPITAL DE TRABAJO			
Capital de Trabajo Exigible	Valor	Capital de trabajo Disponible	Valor

Ingreso el Número de días que necesita cubrir sus COSTOS VARIABLES y FIJOS

CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR	
Costos Variables	30	\$ 30.058.565	
Costos Fijos de Producción	30	\$ 9.006.389	
Costos Fijos de Administración	30	\$ 12.729.981	
Costos Fijos de Comercialización y Ventas	30	\$ 11.964.242	\$ 63.759.177

Ingreso el Número de días que necesita cubrir sus VENTAS (Ventasa a credito) e INVENTARIOS de PRODUCTO Y MATERIA PRIMA

CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR	
Cuentas por Cobrar	0	\$ 0	
Inventarios productos	0	\$ 0	
Inventario de Materia Prima	30	\$ 30.058.565	\$ 30.058.565

Ingreso el Número de días que sus proveedores le dan para pagar

CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR	
Materia Prima	0	\$ 0	
Fijos de Produccion	0	\$ 0	
Administrativos	0	\$ 0	
Comercialización y Ventas	0	\$ 0	\$ 0

Total Capital de trabajo Exigible	\$ 93.817.743	Total Capital de trabajo Disponible	
--	----------------------	--	--

INVERSION TOTAL EXIGIBLE	\$ 116.111.843	INVERSIÓN TOTAL DISPONIBLE	\$ 10.360.100
---------------------------------	-----------------------	-----------------------------------	----------------------

Fuente: análisis financiero

En la tabla anterior se muestran las inversiones de los activos fijos, los gastos pre operativos de la empresa, todos aquellos que la empresa necesita para poder funcionar antes de su constitución, también se especifican los días que tiene la empresa para cubrir sus deudas en cuanto a proveedores, materia prima y costos fijos de administración, comercialización y producción.

8.2.2.2 Costos

ELABORE EL CALENDARIO DE COSTOS.

Tabla#15

		COSTOS TOTALES				
Total Costos Variables por Producto		Ventas Unidades	Costo Variable total	Participación Ventas	Costos Unitario Total Ponderado por Producto	
PRODUCTOS	BLUSON DE DAMA	\$ 18.592,0	133	\$ 2.478.933,4	8,25%	\$ 39.436,45
	CAMISETA DE HOMBRE CUELLO V	\$ 18.450,0	140	\$ 2.583.000,0	8,59%	\$ 39.135,61
	CAMISETA DE HOMBRE CUELLO REDONDO	\$ 17.350,0	167	\$ 2.891.666,7	9,62%	\$ 36.802,32
	CAMISA DE MUJER CON BOLSILLO	\$ 17.950,0	113	\$ 2.034.333,3	6,77%	\$ 38.075,03
	BLUSON DE DAMA EXPORTACION	\$ 32.490,0	163	\$ 5.306.700,0	17,65%	\$ 68.916,86
	CAMISETA DE HOMBRE CUELLO V EXPORTACION	\$ 32.348,0	183	\$ 5.930.466,7	19,73%	\$ 68.615,41
	CAMISETA DE HOMBRE CUELLO REDONDO EXPORTACION	\$ 31.248,0	140	\$ 4.374.720,0	14,55%	\$ 66.282,12
	CAMISETA DE MUJER CON BOLSILLO EXPORTACION	\$ 31.848,2	140	\$ 4.458.745,2	14,83%	\$ 67.555,00
	Producto 9	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 10	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 11	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 12	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 13	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 14	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 15	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)			\$ 30.058.565,3		

Fuente: análisis financiero

Estamos viendo en la tabla anterior que la relación entre las unidades que se venden por mes, el costo variable por cada referencia en su totalidad, y el costo unitario.

Tabla#16

PROVEEDOR	SERVICIOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCION	
CREACIONES ESTRELLA	Arriendo	\$ 1.700.000
EPM	Servicios públicos	\$ 400.000

Fuente: análisis financiero

Se evidencian los servicios necesarios para la producción de la empresa en cuanto a arriendo y servicios públicos.

8.2.2.3 Gastos

ELABORE EL CALENDARIO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS Y LEGALES

Tabla#17

COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES	
Salarios	\$ 4.000.000,00
Prestaciones Sociales	\$ 2.074.221
Gastos de representación	\$ 0
Papelería	\$ 143.560
Mantenimiento (Equipos de Oficina)	\$ 6.512.200
Seguros	\$ 0
Administración	\$ 0
Varios (Vigilancia, aseo, etc.)	\$ 0
Imprevistos	
Otros (Especificar)	\$ 0
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 12.729.981

Fuente: análisis financiero

Aquí podemos ver todos los gastos que tiene la empresa BROTHER SUDACA para la operación administrativa, la cual comprende salarios, prestaciones sociales, papelería, y mantenimiento de equipos de oficina.

Gastos Distribución y Ventas

Tabla # 18

COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	
---	--

Salarios	\$ 2.600.000,00
Prestaciones Sociales	\$ 1.348.244,00
Publicidad y Mercadeo	\$ 8.015.998,00
Otros (Especificar)	\$ 0
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 11.964.242

Ingreso (Celdas Grises)
Costos Fijos de Comercializacion y Ventas

[Volver al menu Principal](#)

Notas
salarios de 3 vendedores, vendedor medellin 700000, vendedor cucuta 850000, vendedor sao paulo 1000000
todos los costos son por las 3 boutiques (medellin, cucuta, sao paulo).
prestaciones sociales, aportes parafiscales y salud de los 3 vendedores

Fuente: análisis financiero

Podemos observar los costos fijos de la empresa para la comercialización y ventas salarios de los empleados de nuestras boutiques, prestaciones sociales, publicidad y mercadeo



Gastos Amortización de diferidos

ELABORE EL CALENDARIO DE GASTOS DE AMORTIZACION DE DIFERIDOS, para esto tenga en cuenta que esta amortización para el caso de pre-operativos debe ser hecha mínimo de 5 años.

En caso de utilizar hoja electrónica como EXCEL, inserte el cuadro correspondiente

Ver tabla # 9

8.2.2.4 Gastos Financieros

ELABORE EL CALENDARIO DE GASTOS FINANCIEROS, para esto tenga en cuenta los resultados de los estudios financieros e incluya:

Gastos y costos financieros. Incluya, por ejemplo, pago mensual de intereses por préstamos, pago manejo de cuentas, valor chequeras etcétera

En caso de utilizar hoja electrónica como EXCEL, inserte el cuadro correspondiente.

Para ver este cuadro véase el punto, 8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios.

8.3 Estados Financieros Proyectados

8.3.1 Flujo de Caja

Tabla #19

FLUJO DE CAJA (MENSUAL) Y EVALUACION FINANCIERA													
VENTAS PROYECTADAS (Unidades)		Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas		2,030	2,030	2,030	2,030	2,030	2,030	2,030	2,030	2,030	2,030	2,030	2,030
Medias		910	910	910	910	910	910	910	910	910	910	910	910
Bajas		600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
Consolidado		1,180	1,180	1,180	1,180	1,180	1,180	1,180	1,180	1,180	1,180	1,180	1,180

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 54,105,107	\$ 54,105,107	\$ 54,105,107	\$ 54,105,107	\$ 54,105,107	\$ 54,105,107	\$ 54,105,107	\$ 54,105,107	\$ 54,105,107	\$ 54,105,107	\$ 54,105,107	\$ 54,105,107
- Costos variables		\$ 30,058,585	\$ 30,058,585	\$ 30,058,585	\$ 30,058,585	\$ 30,058,585	\$ 30,058,585	\$ 30,058,585	\$ 30,058,585	\$ 30,058,585	\$ 30,058,585	\$ 30,058,585	\$ 30,058,585
- Costos fijos	\$ 0	\$ 33,700,612	\$ 33,700,612	\$ 33,700,612	\$ 33,700,612	\$ 33,700,612	\$ 33,700,612	\$ 33,700,612	\$ 33,700,612	\$ 33,700,612	\$ 33,700,612	\$ 33,700,612	\$ 33,700,612
Costos fijos de Producción		\$ 9,006,389	\$ 9,006,389	\$ 9,006,389	\$ 9,006,389	\$ 9,006,389	\$ 9,006,389	\$ 9,006,389	\$ 9,006,389	\$ 9,006,389	\$ 9,006,389	\$ 9,006,389	\$ 9,006,389
Costos fijos de Administración		\$ 12,729,981	\$ 12,729,981	\$ 12,729,981	\$ 12,729,981	\$ 12,729,981	\$ 12,729,981	\$ 12,729,981	\$ 12,729,981	\$ 12,729,981	\$ 12,729,981	\$ 12,729,981	\$ 12,729,981
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 11,964,242	\$ 11,964,242	\$ 11,964,242	\$ 11,964,242	\$ 11,964,242	\$ 11,964,242	\$ 11,964,242	\$ 11,964,242	\$ 11,964,242	\$ 11,964,242	\$ 11,964,242	\$ 11,964,242
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 433,003	\$ 433,003	\$ 433,003	\$ 433,003	\$ 433,003	\$ 433,003	\$ 433,003	\$ 433,003	\$ 433,003	\$ 433,003	\$ 433,003	\$ 433,003
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 2,556,000	\$ 2,534,579	\$ 2,512,702	\$ 2,490,360	\$ 2,467,541	\$ 2,444,236	\$ 2,420,435	\$ 2,396,126	\$ 2,371,301	\$ 2,345,946	\$ 2,320,051	\$ 2,293,605
+ Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	-\$ 12,643,073	-\$ 12,621,653	-\$ 12,599,776	-\$ 12,577,433	-\$ 12,554,614	-\$ 12,531,309	-\$ 12,507,508	-\$ 12,483,200	-\$ 12,458,374	-\$ 12,433,019	-\$ 12,407,124	-\$ 12,380,678
- Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
+ Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	-\$ 12,643,073	-\$ 12,621,653	-\$ 12,599,776	-\$ 12,577,433	-\$ 12,554,614	-\$ 12,531,309	-\$ 12,507,508	-\$ 12,483,200	-\$ 12,458,374	-\$ 12,433,019	-\$ 12,407,124	-\$ 12,380,678
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 433,003	\$ 433,003	\$ 433,003	\$ 433,003	\$ 433,003	\$ 433,003	\$ 433,003	\$ 433,003	\$ 433,003	\$ 433,003	\$ 433,003	\$ 433,003
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 120,000,000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 110,915,807
Prestamos	\$ 120,000,000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 93,817,743
Valor de Salvamento													\$ 17,098,064
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 116,111,843	\$ 1,005,664	\$ 1,027,085	\$ 1,048,962	\$ 1,071,305	\$ 1,094,124	\$ 1,117,428	\$ 1,141,230	\$ 1,165,538	\$ 1,190,364	\$ 1,215,719	\$ 1,241,613	\$ 1,268,060
Activos Fijos	\$ 10,360,100												
Pago Credito (Capital)		\$ 1,005,664	\$ 1,027,085	\$ 1,048,962	\$ 1,071,305	\$ 1,094,124	\$ 1,117,428	\$ 1,141,230	\$ 1,165,538	\$ 1,190,364	\$ 1,215,719	\$ 1,241,613	\$ 1,268,060
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 11,934,000												
Capital de Trabajo	\$ 93,817,743												
FLUJO DE CAJA	\$ 3,888,157	-\$ 13,215,735	\$ 97,700,072										

Fuente: análisis financiero

Tabla#20

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 649.261.282	\$ 1.119.975.711	\$ 1.931.958.102	\$ 3.332.627.726	\$ 5.748.782.828
- Costos variables		\$ 360.702.784	\$ 382.344.951	\$ 405.285.648	\$ 429.602.786	\$ 455.378.954
- Costos fijos		\$ 404.407.344	\$ 428.671.785	\$ 454.392.092	\$ 481.655.617	\$ 510.554.954
Costos fijos de Producción		\$ 108.076.668	\$ 114.561.268	\$ 121.434.944	\$ 128.721.041	\$ 136.444.303
Costos fijos de Administración		\$ 152.759.772	\$ 161.925.358	\$ 171.640.880	\$ 181.939.333	\$ 192.855.693
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 143.570.904	\$ 152.185.158	\$ 161.316.268	\$ 170.995.244	\$ 181.254.958
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 5.196.036	\$ 5.196.036	\$ 5.196.036	\$ 5.196.036	\$ 5.196.036
- Intereses Credito		\$ 29.152.881	\$ 25.242.856	\$ 20.207.624	\$ 13.723.377	\$ 5.373.127
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	-\$ 150.197.763	\$ 278.520.084	\$ 1.046.876.703	\$ 2.402.449.910	\$ 4.772.279.757
- Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 94.696.829	\$ 355.938.079	\$ 816.832.969	\$ 1.622.575.117
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	-\$ 150.197.763	\$ 183.823.256	\$ 690.938.624	\$ 1.585.616.940	\$ 3.149.704.640
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 5.196.036	\$ 5.196.036	\$ 5.196.036	\$ 5.196.036	\$ 5.196.036
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 120.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 114.756.658
Préstamos	\$ 120.000.000					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 118.442.738
Valor de Salvamento						-\$ 3.686.080
- Otros Egresos no deducibles de impuestos	\$ 116.111.843	\$ 19.216.156	\$ 23.463.925	\$ 28.857.166	\$ 35.720.902	\$ 37.366.846
Activos Fijos	\$ 10.360.100					
Pago Credito (Capital)		\$ 13.587.092	\$ 17.497.117	\$ 22.532.349	\$ 29.016.596	\$ 37.366.846
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 11.934.000					
Capital de Trabajo	\$ 93.817.743	\$ 5.629.065	\$ 5.966.808	\$ 6.324.817	\$ 6.704.306	
FLUJO DE CAJA	\$ 3.888.157	-\$ 164.217.883	\$ 165.555.366	\$ 667.277.494	\$ 1.555.092.075	\$ 3.232.290.488

Tasa Interna de Retorno	21,84%
Valor Presente Neto	2.258.770.370
Tasa Interna de Retorno	259,80%

[Volver al Menú Principal](#)

Fuente: análisis financiero

8.3.2 Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

Tabla #21

WELCHUS HEALTH PLAN S DE CV LASER MEDICINA S

ESTADO DE RESULTADOS -CIFRAS MENSUALES

CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por concepto de Ventas	54.105.107	54.105.107	54.105.107	54.105.107	54.105.107	54.105.107	54.105.107	54.105.107	54.105.107	54.105.107	54.105.107	54.105.107
- Costo Variables	30.058.565	30.058.565	30.058.565	30.058.565	30.058.565	30.058.565	30.058.565	30.058.565	30.058.565	30.058.565	30.058.565	30.058.565
- Costos Fijos Producción	9.006.389	9.006.389	9.006.389	9.006.389	9.006.389	9.006.389	9.006.389	9.006.389	9.006.389	9.006.389	9.006.389	9.006.389
- Gastos Depreciación	234.103	234.103	234.103	234.103	234.103	234.103	234.103	234.103	234.103	234.103	234.103	234.103
= Utilidad Bruta en Ventas	14.806.050	14.806.050	14.806.050	14.806.050	14.806.050	14.806.050	14.806.050	14.806.050	14.806.050	14.806.050	14.806.050	14.806.050
- Costos fijos de Administración	12.729.981	12.729.981	12.729.981	12.729.981	12.729.981	12.729.981	12.729.981	12.729.981	12.729.981	12.729.981	12.729.981	12.729.981
- Costos Fijos de Ventas y	11.964.242	11.964.242	11.964.242	11.964.242	11.964.242	11.964.242	11.964.242	11.964.242	11.964.242	11.964.242	11.964.242	11.964.242
- Amortización de diferidos	198.900	198.900	198.900	198.900	198.900	198.900	198.900	198.900	198.900	198.900	198.900	198.900
= Utilidad Operativa	-10.087.073	-10.087.073	-10.087.073	-10.087.073	-10.087.073	-10.087.073	-10.087.073	-10.087.073	-10.087.073	-10.087.073	-10.087.073	-10.087.073
+ Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Otros egresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Utilidad Antes de Impuestos	-10.087.073	-10.087.073	-10.087.073	-10.087.073	-10.087.073	-10.087.073	-10.087.073	-10.087.073	-10.087.073	-10.087.073	-10.087.073	-10.087.073
- Impuestos	-3.328.734	-3.328.734	-3.328.734	-3.328.734	-3.328.734	-3.328.734	-3.328.734	-3.328.734	-3.328.734	-3.328.734	-3.328.734	-3.328.734
= UTILIDAD NETA	-6.758.339											
- Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Utilidades no Repartidas	-6.758.339	-6.758.339	-6.758.339	-6.758.339	-6.758.339	-6.758.339	-6.758.339	-6.758.339	-6.758.339	-6.758.339	-6.758.339	-6.758.339
- Utilidades no Repartidas	-6.758.339	-13.516.678	-20.275.018	-27.033.357	-33.791.696	-40.550.035	-47.308.375	-54.066.714	-60.825.053	-67.583.392	-74.341.731	-81.100.071

Fuente: análisis financiero



8.4 Evaluación financiera del proyecto

8.4.1 Valor Presente Neto.

TABLA #22

Tasa Interna de Retorno	1,66%
Valor Presente Neto	- 47.804.584
Tasa Interna de Retorno	339,90%

Fuente: análisis financiero

8.4.2 Tasa Interna de Retorno

ESCRIBA LA TASA INTERNA DE RETORNO CALCULADA PARA EL PROYECTO.

TABLA #23

Tasa Interna de Retorno	1,66%
Valor Presente Neto	- 47.804.584
Tasa Interna de Retorno	339,90%

Fuente: análisis financiero

8.4.4 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

TABLA #24

Tasa de Retorno	1,66%
Valor Presente Neto	- 47.804.584
Tasa Interna de Retorno	339,90%

Fuente: análisis financiero

TABLA #25

Cambio Porcentual en las Ventas	10,00%
Tasa de Retorno	1,66%
Valor Presente Neto	- 22.913.075
Tasa Interna de Retorno	-2,17%

Fuente: análisis financiero

Comportamiento del VPN y la TIR aumentando el 10% en las ventas.

TABLA #26

Cambio Porcentual en las Ventas	-10,00%
Tasa de Retorno	1,66%
Valor Presente Neto	- 72.696.093
Tasa Interna de Retorno	157,76%

Fuente: análisis financiero

Comportamiento del VPN y la TIR disminuyendo el 10% en las ventas.

8.4.5 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

TABLA #27

Cambio Porcentual Costos Fijos	10,00%
Tasa de Retorno	1,66%
Valor Presente Neto	- 26.453.738
Tasa Interna de Retorno	-2,92%

Fuente: análisis financiero

Comportamiento del VPN y la TIR aumentando el 10 % en los costos fijos.

TABLA #28

Cambio Porcentual Costos Fijos	-10,00%
Tasa de Retorno	1,66%
Valor Presente Neto	22.796.293
Tasa Interna de Retorno	7,66%

Fuente: análisis financiero

Comportamiento del VPN y la TIR disminuyendo el 10 % en los costos fijos.

TABLA #29

Cambio Porcentual en el Precio	10,00%
Tasa de Retorno	1,66%
Valor Presente Neto	10.626.641
Tasa Interna de Retorno	3,98%

Fuente: análisis financiero

En esta tabla se representa el Comportamiento del VPN y la TIR aumentando el 10 % en el precio.

TABLA #30

Cambio Porcentual en el Precio	-10,00%
Tasa de Retorno	1,66%
Valor Presente Neto	- 106.235.809
Tasa Interna de Retorno	479,05%

Fuente: análisis financiero

En esta tabla se representa el Comportamiento del VPN y la TIR disminuyendo el 10 % en el precio.

TABLA #31

Cambio Porcentual Costos Variables	10,00%
Tasa de Retorno	1,66%
Valor Presente Neto	- 81.344.300
Tasa Interna de Retorno	-10,01%

Fuente: análisis financiero

En esta tabla se representa el Comportamiento del VPN y la TIR aumentando los costos variables 10%.

TABLA #32

Cambio Porcentual Costos Variables	-10,00%
Tasa de Retorno	1,66%
Valor Presente Neto	- 14.264.868
Tasa Interna de Retorno	-1,45%

Fuente: análisis financiero

Comportamiento del VPN y la TIR disminuyendo los costos variables en 10%.

9. CONSIDERACIONES FINALES

Este trabajo de grado nos deja mucha satisfacción, ya que el propósito fue ahondar en conocimientos que no se tenían muy claros frente a la idea de negocio y dejarlos claros para poder hacerlo viable y en lo posible ejecutarlo, por ende los objetivos del proyecto fueron alcanzados; nos encontramos con un proyecto viable donde es fácil alcanzar el punto de equilibrio reduciendo costos variables en cuanto a mano de obra de maquila y proveedores de estampado que son los procesos más costosos para obtener el producto final, estamos creando una empresa con un nombre muy particular y poco repetido, el cual puede funcionar muy bien para posicionar la marca, sentimos que el proyecto debe ejecutarse ya que los textiles siempre van a ser un eje fundamental de la economía en nuestro país, además contamos con muy buenos precios de venta los cuales tomamos basándonos en precios referencia de la competencia, pensamos que el proyecto se debe llevar a cabo de una forma lenta en un principio ya que la inversión es alta, se deben producir cierta cantidad de camisas y camisetas enfocadas primero al género femenino el cual es más consumista, y luego incursionar con el género masculino, o hacer lo con ambos pero en pocas cantidades para ver cuál es la reacción de la demanda, sería indispensable tener parte del capital disponible para comenzar el proyecto para que el endeudamiento bancario no sea tan alto, de igual forma como vimos en la amortización del crédito, las cuotas son razonables y se puede gestionar el crédito sin ningún problema cumpliendo con los pagos establecidos ya que confiamos que la marca superara la expectativas de lo que tenemos planeado.

BROTHER SUDACA es un proyecto que no quedara escrito solamente, se ejecutara en lo posible y se espera que sea a mediano plazo, utilizando el crédito pertinente y comercializando las prendas en Colombia, Brasil hasta que finalmente podamos expandirnos y la marca crezca de forma imparable.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

INCLUYA LA BIBLIOGRAFIA UTILIZADA PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS.

La bibliografía utilizada para la elaboración de la plantilla fue la siguiente:

Alcaldía de Medellín. Cuarto Concurso Capital Semilla. Guía para la presentación del proyecto de

Plan de Negocios. Medellín: 2007

ALCARAZ Rafael. El Emprendedor de éxito. México: Editorial McGraw-Hill Interamericana, 3ª.

Edición, 2006. ISBN 970-10-5914-X

ARBOLEDA VELEZ, Germán. Proyectos –Formulación, evaluación y control. Cali: Editorial

AC Editores, 4ª Edición., 2001. ISBN 958-96485-0-9

FLOREZ URIBE, Juan Antonio. Proyecto de Inversión para PYME – Creación de Empresas.

Bogotá: ECOE Ediciones, 2006. ISBN 978-958-648-469-5

GARCIA, Oscar León. Administración financiera. Fundamentos y aplicaciones, Editorial Prensa

Moderna Impresores, Tercera Edición.

MORALES C, Carlos Mario. Notas de Clase. Medellín: 2007

SAPAG CHAIN, Nassir y otro. Preparación y Evaluación de Proyectos. Bogotá: Editorial

McGraw Hill, 3ª. Edición, 1996. ISBN 958-600-338-8

SAPAG CHAIN, Nassir. Criterios de Evaluación de Proyectos. Madrid: Editorial McGraw Hill,

1996. ISBN 84-481-0067-0

SAPAG PUELMA, José Manuel. Evaluación de proyectos – Guía de ejercicios. Santiago de

Chile: Editorial McGraw Hill, 2ª. Edición, 2000. ISBN 956-278-116-X

GALINDO RUIZ, Carlos Julio. Manual para la creación de empresas –Guía de planes de

Negocios. Bogotá: ECOE Ediciones, 2006. ISBN 958-648-430-0

BIBLIOGRAFIA

CÁMARA DE COMERCIO DE MEDELLIN, CONSTITUCIÓN DE S.A.S

<http://www.camamedellin.com.co/site/Tramites-Virtuales/Constitucion-virtual-de-SAS.aspx>

DESEMPEÑO DEL SECTOR TEXTIL CONFECCIÓN 2008-2012
INFORME

<http://www.supersociedades.gov.co/Documents/Informe-Sector-Textil-Oct152013.pdf>

GUIA AL EXPORTADOR BRASIL, 2011

<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/fichapais/GUIA%20DE%20MERCADO%20DE%20BRASIL.PDF>

PIMENTEL. BRASIL, QUINTA POTENCIA EN EL SECTOR TEXTIL... Y EN
BUSCA DEL TERCER PUESTO.

Mundial!http://www.textilexpres.com/TE/index.php?option=com_content&view=article&id=1523:brasil-quinta-potencia-en-el-sector-textil-iy-en-busca-del-tercer-puesto-mundial&catid=905:sector-y-mercado&Itemid=69

POBLACIONES

http://www.indexmundi.com/es/brasil/distribucion_por_edad.html

PROEXPORT COLOMBIA, INVERSIÓN EN EL SECTOR SISTEMA MODA.

<http://www.inviertaencolombia.com.co/sectores/manufacturas/textil-y-confeccion.html>

PROEXPORT 2009

<http://www.proexport.com.co/sites/default/files/Perfil%20Sectorial%20-%20Textil%20Confecci%C3%B3n.pdf>