



**CONFECCIÓN Y EXPORTACIÓN DE BAÑADORES CON FAJAS
REDUCTORAS Y MOLDEADORAS PARA ESTADOS UNIDOS.**

VANITY S.A.S

REFLEJA LO QUE ERES, REFLEJA VANITY

JUNIO DE 2011



**confección y exportación de bañadores con fajas reductoras y
moldeadoras para estados unidos.**

Plan de Negocios



VANITY S.A.S.

REFLEJA LO QUE ERES, REFLEJA VANITY.

Medellín, Junio de 2011



**CONFECCIÓN Y EXPORTACIÓN DE BAÑADORES CON FAJAS
REDUCTORAS Y MOLDEADORAS PARA ESTADOS UNIDOS.**

Contenido - Plan de Negocio

	pág.
RESUMEN EJECUTIVO	11
1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO	13
2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS	14
3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA	15
3.1. Nombre de la Empresa	16
3.2. Descripción de la Empresa	16
3.3. Misión de la Empresa	16
3.4. Objetivos a corto, mediano y largo plazo	17
3.5. Ventajas Competitivas	18

3.6.	Necesidad o problema que se quiere intervenir	18
3.7.	Relación de productos y/o servicios	20
3.8.	Justificación del Negocio	21
3.9.	Análisis del entorno y del sector	21
3.10.	Conocimientos para entrar en el Negocio	43
4.	ANALISIS DEL MERCADO	44
4.1.	Objetivos de Mercadeo	44
4.2.	Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios	45
4.3.	El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios	46
4.3.1.	El Mercado Meta	46
4.3.2.	Estudio del Mercado Consumidor	50
4.4.	El Mercado Proveedor	55
4.4.1.	Proveedores	55
4.4.2.	Estudio del Mercado de Proveedor	58
4.5.	El Mercado Competidor	63



4.5.1. Competidores	63
4.5.2. Estudio del Mercado Competidor	63
4.6. El Mercado Distribuidor	66
4.6.1. Distribución	66
4.6.2. Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)	67
4.6.3. Distribución Directa (En caso de ser aplicable)	70
4.6.4. Manejo de Inventarios	71
4.6.5. Comunicación	72
4.6.6. Actividades de promoción y divulgación	75
4.7. Precios de los Productos	77
4.7.1. Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos	77
4.7.2. Los Precios de los productos tomando como base los Costos	78
4.7.3. Los Precios de los Productos propuestos	79
4.8. Costos asociados a las Actividades de Comercialización	80



4.9.	Riesgos y Oportunidades del mercado	80
4.10.	Plan de ventas	81
5.	ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)	83
5.1.	Objetivos de producción	83
5.2.	Descripción del proceso de producción	83
5.3.	Capacidad de producción	88
5.4.	Plan de Producción	89
5.5.	Recursos materiales y humanos para la producción	90
5.5.1.	Locaciones	90
5.5.2.	Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.	92
5.5.3.	Requerimientos de materiales e insumos.	93
5.5.4.	Requerimientos de servicios.	100
5.5.5.	Requerimientos de personal.	101
6.	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	102



VANITY S.A.S

REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

6.1.	Procesos Administrativos	102
6.1.1.	Descripción de los procesos administrativos	102
6.1.2.	Procesos administrativos externalizados	105
6.2.	Estructura Organizacional del Negocio	106
6.2.1.	Organigrama	106
6.2.2.	Descripción funcional de la Organización	106
6.3.	Recursos materiales y humanos para la administración	117
6.3.1.	Locaciones	117
6.3.2.	Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.	119
6.3.3.	Requerimientos de materiales de oficina.	120
6.3.4.	Requerimientos de servicios.	123
6.3.5.	Requerimientos de personal	124
6.4.	Programa de administración	125
7.	ASPECTOS LEGALES	128
7.1.	Tipo de Organización empresarial	128



VANITY S.A.S

REFLEJA LO QUE ERES, REFLEJA VANITY

7.2.	Certificaciones y gestiones ante entidades públicas	132
8.	ASPECTOS FINANCIEROS	133
8.1.	Estructura Financiera del proyecto	133
8.1.1.	Recursos propios	133
8.1.2.	Créditos y Préstamos Bancarios	134
8.2.	Ingresos y Egresos	135
8.2.1.	Ingresos	135
8.2.2.	Egresos	136
8.3.	Estados Financieros Proyectados	151
8.3.1.	Flujo de Caja	151
8.3.2.	Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)	153
8.4.	Evaluación financiera del proyecto	154
8.4.1.	Valor Presente Neto	154
8.4.2.	Tasa Interna de Retorno	156
8.4.3.	Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)	158



8.4.4. Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)	162
9. CONSIDERACIONES FINALES	174
10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	175

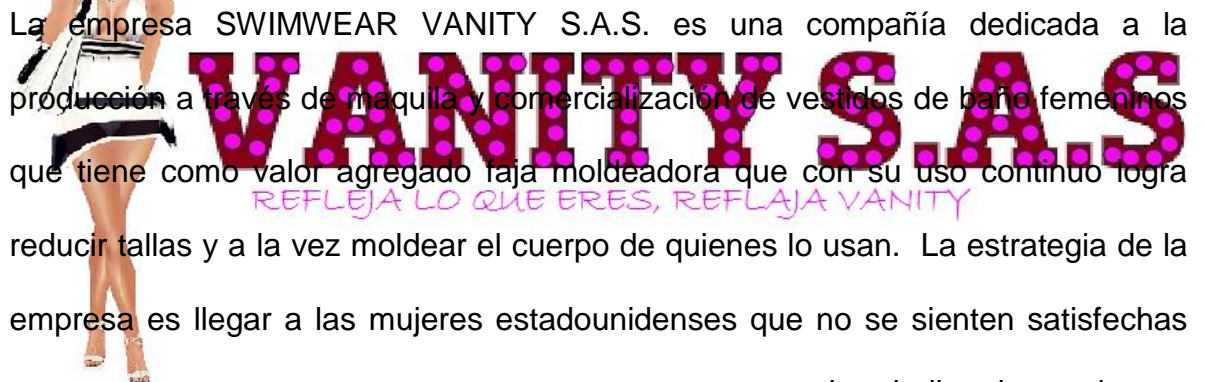


RESUMEN EJECUTIVO

Nombre del Proyecto: Trajes de Baño con Fajas Reductoras y Moldeadoras.

Descripción del Problema.

La mujer Americana actual se ha ido convirtiendo en una mujer vanidosa y deseosa de verse y sentirse cada día mejor con su cuerpo, de lucir una apariencia juvenil y de imitar a la mujer latina, por ser una mujer delgada pero proporcional.



La empresa SWIMWEAR VANITY S.A.S. es una compañía dedicada a la producción a través de maquila y comercialización de vestidos de baño femeninos que tiene como valor agregado faja moldeadora que con su uso continuo logra reducir tallas y a la vez moldear el cuerpo de quienes lo usan. La estrategia de la empresa es llegar a las mujeres estadounidenses que no se sienten satisfechas con su cuerpo, pero que se preocupan por verse y sentirse bellas, logrando que estas mujeres prefieran nuestro producto con sus beneficios al de un traje común, ya que su precio será el mismo, de tal manera la visión de Vanity se enfoca en atraer a las mujeres con precio y calidad para ser competitivos en el mercado objetivo que en este caso sería Estados Unidos.

Breve descripción del Proyecto.

El proyecto consiste en la elaboración de un traje de baño que en la parte del abdomen tenga un látex con unas sutiles varillas tipo faja para que la mujer al

exponerse al sol vaya sudando y bajando de peso en la parte del abdomen y a su vez con las varillas que cuenta el látex va moldeando la cintura y le da firmeza al abdomen, este traje también contara con un levantamiento tanto en el busto como en la cola, haciendo que la mujer que use este vestido de baño se sienta satisfecha al lucirlo en una playa, una piscina o donde lo prefiera lucir.

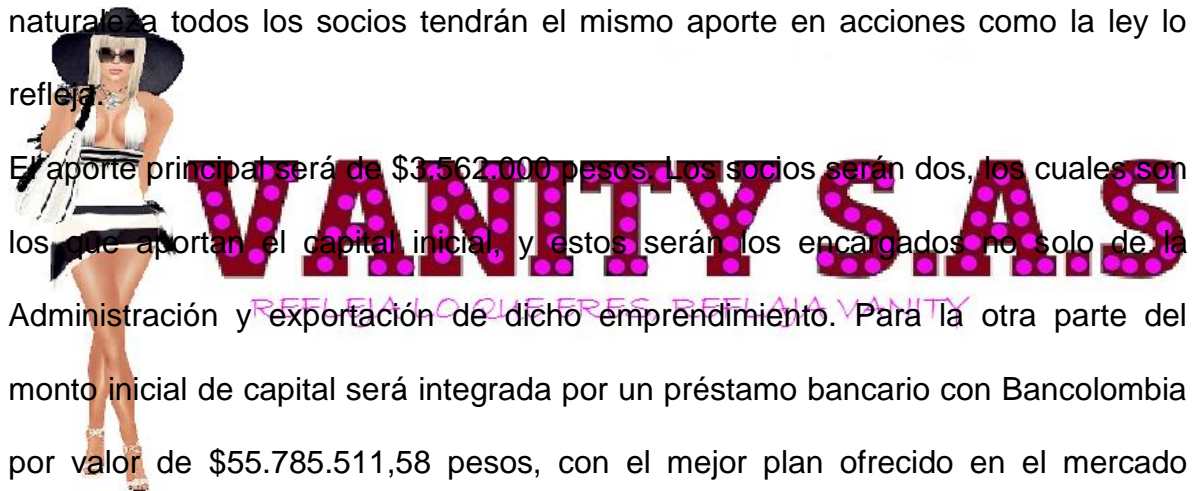
Ubicación y Descripción de la Empresa.

La empresa será de naturaleza sociedad anónima simplificada (S.A.S) y por naturaleza todos los socios tendrán el mismo aporte en acciones como la ley lo refleja.

El aporte principal será de \$3.562.000 pesos. Los socios serán dos, los cuales son los que aportan el capital inicial, y estos serán los encargados no solo de la Administración y exportación de dicho emprendimiento. Para la otra parte del monto inicial de capital será integrada por un préstamo bancario con Bancolombia por valor de \$55.785.511,58 pesos, con el mejor plan ofrecido en el mercado financiero.

El local no será fijo, ya que para el primer año de actividad se alquilara (en la zona del hueco) como punto estratégico para nuestro sector textil. Contaremos con un local totalmente equipado para el buen funcionamiento y desempeño de la empresa.

Para la apertura de este negocio se consulto con las entidades competentes necesarias y se tramitaron los documentos necesarios como así lo exigieron dichas entidades.



1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Nombre y Apellidos SANDRA MILENA VANEGAS TEJADA			
Identificación:	32241838	Teléfono	3793327 Celular: 3136122529
Dirección:	Carrera 43sur N 47-17	Barrio:	Milan
Ciudad	Envigado	Correo electrónico:	Sandrita88_747@hotmail.com
Estudios:	Técnico	Tecnológico	X Universitario
Otros Estudios:			

Nombre y Apellidos LAURA CAROLINA ALVAREZ RESTREPO			
Identificación:	10039453931	Teléfono	3766147 Celular: 3183651912
Dirección:	Carrera 5ª Este N° 13B-80	Barrio:	Pradito
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	Lauracarolina_90.15@hotmail.com
Estudios:	Técnico	Tecnológico	X Universitario
Otros Estudios:			

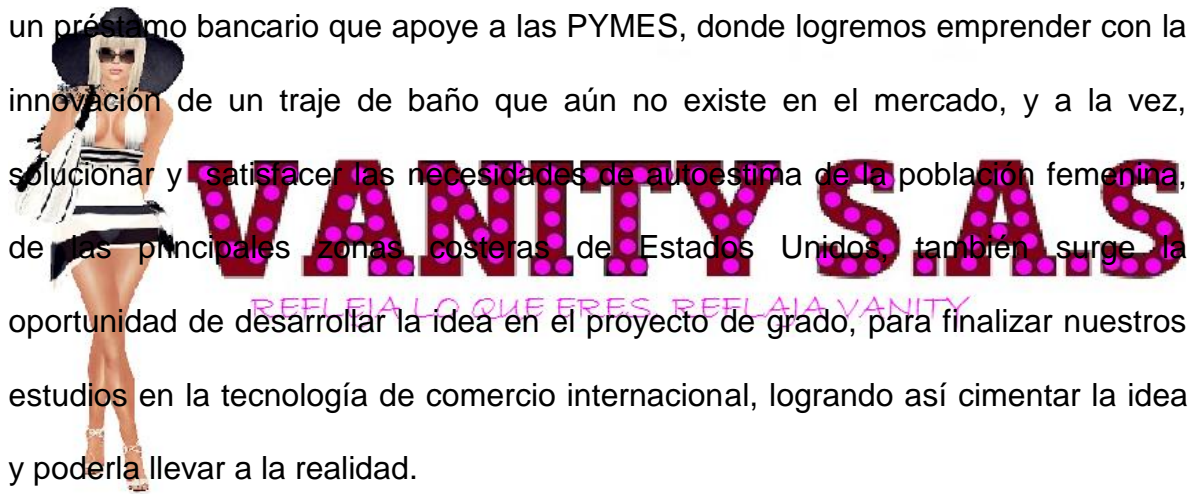
2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Este proyecto nace aproximadamente dos años a tras, ya que surgen cambios en la forma de pensar de las mujeres americanas, respecto a la forma de ver su apariencia física y concienciándose sobre la vanidad que viene desarrollando la mujer en las últimas décadas.

Por esta razón creemos en la idea de fundar nuestra propia empresa por medio de un préstamo bancario que apoye a las PYMES, donde logremos emprender con la innovación de un traje de baño que aún no existe en el mercado, y a la vez, solucionar y satisfacer las necesidades de autoestima de la población femenina, de las principales zonas costeras de Estados Unidos, también surge la oportunidad de desarrollar la idea en el proyecto de grado, para finalizar nuestros estudios en la tecnología de comercio internacional, logrando así cimentar la idea y poderla llevar a la realidad.

Todo inició con el conocimiento de que existen mujeres con sobrepeso y/o inconformes con su cuerpo, quienes están dispuestas a usar productos que les ayuden a mejorar su figura, unimos esta problemática con el desarrollo de telas inteligentes que cumplen con diferentes funciones y gustos.

Debido a la problemática menciona anteriormente, investigamos sobre la posibilidad de darle valor agregado a los bañadores complementándolos con una faja moldeadora y reductora, que será hecha en látex, dando como resultado que



el proyecto es viable, innovador y que lograra satisfacer las necesidades de la población.



3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 NOMBRE DE LA EMPRESA

SWIMWEAR VANITY S.A.S.

3.2 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

El proyecto trata de confeccionar y exportar bañadores femeninos a las principales zonas costeras de los Estados Unidos, que satisfagan la necesidad que tienen actualmente las mujeres de mejorar su aspecto físico, el cual pretendemos suplir a través de la implementación de bañadores con fajas reductoras que al usarse moldean y reducen tallas, permitiéndole a la persona sentirse bella, segura, y cómoda al lucir el bañador.

La empresa hace parte del sector textil confección y moda, siendo una PYMES industrial, El proyecto se encontrará ubicado en la ciudad de Medellín, sector el hueco, aprovechando el reconocimiento que tiene esta ciudad en el sector textil con mano de obra y costos fijos económicos, para así ser competitivos en el mercado internacional.

3.3 MISIÓN DE LA EMPRESA

SWIMWEAR VANITY S.A.S. es una empresa dedicada a la confección y comercialización de trajes de baño femeninos, estos cuentan con un valor

agregado de fajas reductoras y moldeadoras que buscan satisfacer la vanidad que refleja la mujer actual, Sin vulnerar los derechos de nuestros empleados, buscamos posicionarnos en el mercado nacional e internacional con una ética que nos respalde para lograr llegar al mercado meta, nuestra empresa cuenta no solo con calidad, sino también con un excelente servicio, ya que para nosotros es muy importante un cliente satisfecho.

3.4 OBJETIVOS A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO

OBJETIVO GENERAL:



- Satisfacer la necesidad de vanidad y conformidad corporal que está presentando la mujer estadounidense de verse y sentirse bella al usar un traje de baño que se acomode a su capacidad de compra.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Crear diseños con calidad y tecnología que lleve a cumplir la meta de moldear y reducir tallas en las mujeres que empleen la prenda.
- Implementar las últimas tendencias de moda en Estados Unidos para crear estilos que permitan a las consumidoras estar a la vanguardia con los productos que adquieran.
- Buscar alianzas con empresas pertenecientes al sector y proveedores que permitan que las prendas sean asequibles para las compradoras.

3.5 VENTAJAS COMPETITIVAS

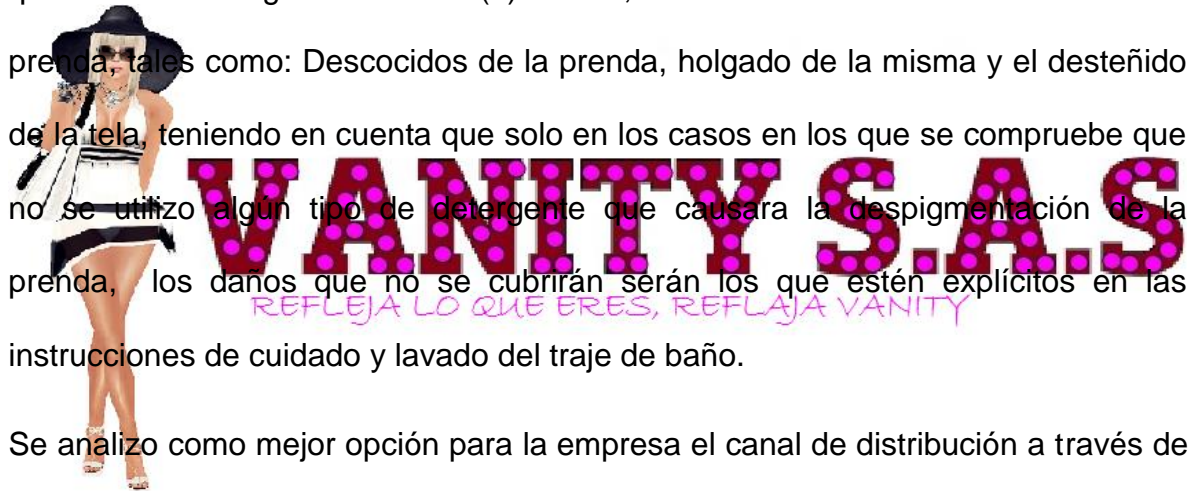
SWIMWEAR VANITY S.A.S. se distingue de la competencia no solo por ser un traje baño, ya que este es el único que cuenta en el mercado con un valor agregado el cual incluye una faja moldeadora y reductora que brinda a la mujer el verse y sentirse cómoda y satisfecha con el continuo uso de nuestra prenda, debido a que notara cambios en su cuerpo.

Como distinciones competitivas contamos con un excelente servicio de garantías que tendrá una vigencia de tres (3) meses, en los cuales se cubrirán daños en la prenda, tales como: Descocidos de la prenda, holgado de la misma y el desteñido de la tela, teniendo en cuenta que solo en los casos en los que se compruebe que no se utilizo algún tipo de detergente que causara la despigmentación de la prenda, los daños que no se cubrirán serán los que estén explícitos en las instrucciones de cuidado y lavado del traje de baño.

Se analizo como mejor opción para la empresa el canal de distribución a través de stores ubicadas en las zonas costeras seleccionadas de los Estados Unidos, dedicadas a la venta de trajes de baño, ya que se considero la mejor alternativa tanto a nivel de precio como de acceso para llegar a nuestro mercado meta.

3.6 NECESIDAD O PROBLEMA QUE SE QUIERE INTERVENIR

Luego de la investigación sobre la teoría de MASLOW la cual habla sobre las necesidades del ser humano, agrupamos las dos (2) necesidades que se



consideraron contundentes con el proyecto que venimos realizando, las cuales son: **NECESIDAD DE ESTIMA** que se divide a su vez en dos clases: las que se refieren al amor propio, al respeto a sí mismo, a la estimación propia y la auto evaluación; y las que se refieren a los otros, las necesidades de reputación, condición, éxito social, fama, gloria, prestigio, aprecio del resto, ser destacado dentro de un grupo social, reconocimiento por sus iguales, entre otras que hacen que el hombre se sienta más importante para la sociedad y con esto suba su propia autoestima. Y **NECESIDAD DE ESTETICA** está relacionada con el deseo del orden y de la belleza, tanto de lo que lo rodea como de sí mismo. Estas necesidades estéticas incluyen: necesidad por el orden, necesidades por la simetría, la necesidad de llenar los espacios en las situaciones mal estructuradas, la necesidad de aliviar la tensión producida por las situaciones inconclusas y la necesidad de estructurar los hechos, necesidad de tener ambientes gratos que rodeen a los hombres, etc.



Debido a lo hallado en esta teoría y al ubicarnos en estas dos necesidades para plantear el problema a resolver, consideramos que la causa de ellas, es el incremento constante en la vanidad de la mujer a nivel mundial y específicamente en los Estados Unidos, donde la población femenina le agrada verse y sentirse bien, algo que antes no estaba entre sus prioridades, como consecuencia de esto las mujeres se han visto con un gran inconveniente en la falta de autoestima, al momento de lucir su cuerpo usando un traje de baño ya sea en las playas, piscinas o diferentes lugares a los cuales asisten, para tratar de mejorar este

aspecto se han usado formas como dietas exhaustivas, provocando enfermedades tales como la bulimia y la anorexia, por estas razones quisimos mostrar a la población que lucir bella y cómoda no es cuestión de estrictos métodos, ni productos químicos que pueden afectar la salud, ya que con el uso continuo de nuestras prendas, las mujeres lograran inmediatamente moldear su cuerpo y poco a poco reducir tallas, además de realzar el busto y la cadera, permitiéndoles tener una figura esbelta.

3.7 RELACIÓN DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

Nuestra empresa iniciara su mercado con dos líneas de trajes de baño solo para mujeres:

START-TEEN para jóvenes entre los 15 y 20 años.

START-VANITY para mujeres con edades desde 20 y 45 años

Estas líneas pretenden lanzar estilos juveniles y otros más formales para que cada una de estas mujeres se identifiquen con nuestra marca y tengan la posibilidad de elegir el estilo y color que se adapte a su gusto o sus preferencias como también a las exigencias de sus esposos para la línea Vanity, el bañador pretende molde el cuerpo de aquella mujer que lo use, busca mejorar su actitud ante su cuerpo y también su vanidad.

3.8 JUSTIFICACIÓN DEL NEGOCIO

Este proyecto se realiza con el fin de satisfacer la necesidad que viene presentando actualmente la población femenina en Estados Unidos, lo haremos a través del diseño, confección y comercialización de vestidos de baño con fajas reductoras y moldeadoras que lograra que las mujeres moldeen su cuerpo al momento de usar nuestro producto y con el uso continuo del mismo generara una reducción en las tallas de su cuerpo, por otro lado, los sistemas de pre-hormado logran que el busto y la cola de las consumidoras se vean más armoniosos, dando resultado una mejor apariencia física de la mujer, de manera que se sienta segura con su cuerpo al utilizar esta prenda, que resolverá sus problemas de inconformidad.

La idea surgió con la necesidad que percibimos del mercado femenino para usar trajes de baño que contornearan su silueta y a la vez les ayudara a reducir tallas, dándoles mayor seguridad, comodidad y confianza a la hora de lucirlo en diversos lugares.

3.9 ANÁLISIS DEL ENTORNO Y DEL SECTOR

Análisis del entorno:

En la actualidad el entorno al cual vamos enfocadas con relación a los siguientes aspectos:

POLÍTICO se encuentra SUSCRITO un TRATADO DE LIBRE COMERCIO CON ESTADOS UNIDOS, el cual ya ha sido aprobado por parte del gobierno colombiano y está siendo evaluado por el estadounidense, el cual tiene una proyección favorable.

Con la aprobación por parte del Congreso Norte Americano podríamos vernos beneficiados con la reducción de impuestos arancelarios que en la actualidad es del 24.9%, y se daría una desgravación parcial que con el paso de los años se convertiría en un valor que le permite a nuestros productos ser más competitivos, si el contrario no es aprobado, deberíamos continuar mejorando los costos que conlleva el producto para lograr el objetivo de bajos precios en el mercado meta.



VANITY S.A.S
LOS REQUISITOS PARA LA EXPORTACION DE TEXTILES SON:
REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

Todos los productos textiles exportados hacia Estados Unidos, deben cumplir con requerimientos de estampado, etiquetado, contenido, entre otros, establecidos en la TEXTILE FIBER PRODUCTS IDENTIFICACION ACT, la cual rige y contiene toda la normatividad referente a la importación de estos productos.

Algunos requisitos son:

* Los nombres genéricos y porcentajes en peso de las fibras que constituyen el textil deben ser listados en la etiqueta. Aquellos componentes inferiores al 5% deben ser listados como otras fibras.

* El nombre del fabricante o el nombre o identificación de requisito emitido por la FEDERAL TRADE COMMISSION.

* El nombre del país donde el textil fue fabricado.

Además de los mencionados en la sección 204 del Agricultural Act de 1956.”¹

ECONÓMICO:

PIB Estados Unidos 2010 (PPA) Paridad y Poder Adquisitivo: según fondo monetario internacional es de 14.624.184 millones de dólares.

PIB Estados Unidos 2.009 (PPA): Según banco mundial es de 14.256.300 millones de dólares.

PIB/Per Cápita Estados Unidos 2009: según Banco Mundial es de 46.436 dólares anuales.



VANITY S.A.S
REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

¹ <http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo4780DocumentNo7407.PDF>

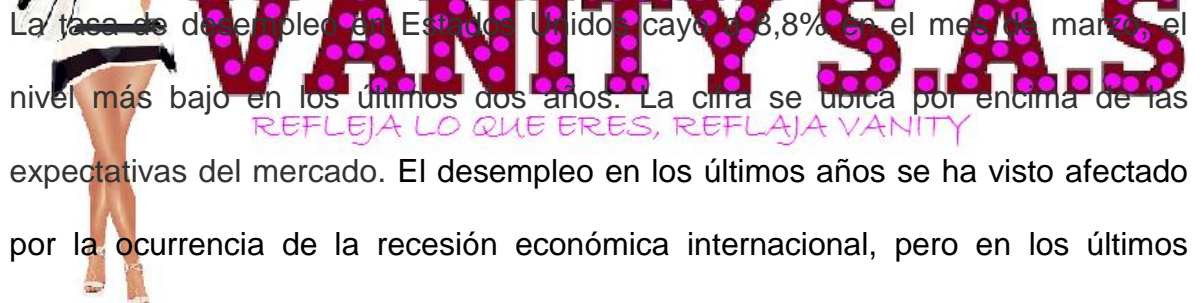
PIB Per Cápita Estados Unidos 2.008: según Fondo Monetario Internacional es de 46.859 dólares

PIB Colombia 2010 (PPA): Según el Fondo Monetario Internacional 429.866 millones de dólares

PIB Colombia 2009 (PPA): Según banco mundial es de 404.995 millones de dólares.

PIB Per Cápita Colombia 2009 (PPA): Según banco mundial es de 8.870

PIB Per Cápita Colombia (PPA): Según el Fondo Monetario Internacional es de 8.580 dólares anuales.



La tasa de desempleo en Estados Unidos cayó a 8,8% en el mes de marzo, el nivel más bajo en los últimos dos años. La cifra se ubica por encima de las expectativas del mercado. El desempleo en los últimos años se ha visto afectado por la ocurrencia de la recesión económica internacional, pero en los últimos meses ha logrado reducirse a cifras que los analistas no esperaban, “El índice de desempleo en Estados Unidos bajó en enero, para sorpresa de los analistas, al 9%, en un mes en el que la economía tuvo una ganancia neta de 36.000 puestos de trabajo”².

El índice de precios al consumidor (IPC) en Estados Unidos aumentó un 0.5% en Febrero 2011 en tasa intermensual y en un año se ha elevado alrededor de un 2%. El incremento se debió principalmente a los precios de la energía, los

² http://www.finanzas.com/noticias/economia/2011-02-04/425000_desempleo-estados-unidos-bajo-enero.html

crecientes precios del petróleo y el encarecimiento de los alimentos, principalmente inducidos por la especulación generada con la crisis que vive Oriente. En cambio, los vehículos, ropa y cigarrillos fueron más baratos. En Enero 2011 la inflación había aumentado un 1.6%, es decir, 1.1% más que en el segundo mes del año. Mientras que en los últimos doce meses la subida de precios fue sólo del 2.2%. La tasa de inflación casi sin cambios fue uno de los motivos que llevó a la Reserva Federal a inyectar liquidez en los mercados para revivir la debilitada economía del país del norte.

Cabe destacar que la mayoría de los analistas pronosticaba que la meta inflacionaria subiría en el último mes del año un 0.7%, tres décimas más que en el mismo mes de la temporada precedente. Excluidos los alimentos y la energía, se estimaba una inflación subyacente del 0.1%.



VANITY S.A.S

REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

El Índice de Precios al Productor para vestido y calzado en los dos meses corridos Enero y Febrero del año 2011 muestra una variación de 1.50% y -1.20% respectivamente

La tasa de interés de Estados Unidos se ubica en 0.25% desde el año 2008; el Comité de Mercados Abiertos del emisor estadounidense decidió mantener la tasa de interés en un mínimo histórico de entre 0% y 0,25% y con el programa de compra de bonos del Tesoro.

La tasa de desempleo en Colombia en enero de 2011 alcanzó el 13,5%, comparada con la de enero del año anterior donde se ubico la tasa en el 14,6%, lo que equivale a una reducción de 1.1%.

La tasa de inflación en Colombia para el mes de febrero de 2011 fue de 0.60%, disminuyó respecto del mes del año anterior 0.83%.

La tasa de Inflación presentada según el grupo de bienes y servicios, ubica al vestuario con una tasa de 0.12% en Enero, la cual tuvo un decrecimiento para Febrero ubicándose en el -0.10%.

Al buscar que VANITY S.A.S. sea una empresa ubicada en Colombia se hace importante también conocer las tendencias del Índice de Precios al Productor en el país, Para el mes de enero de 2011, registró un incremento de 1.20%, tasa inferior en 0.03 puntos porcentuales frente a la registrada en enero de 2010 cuando se ubicó en 1.23%.



CUADRO 1. BALANZA DE COMERCIAL DE ESTADOS UNIDOS

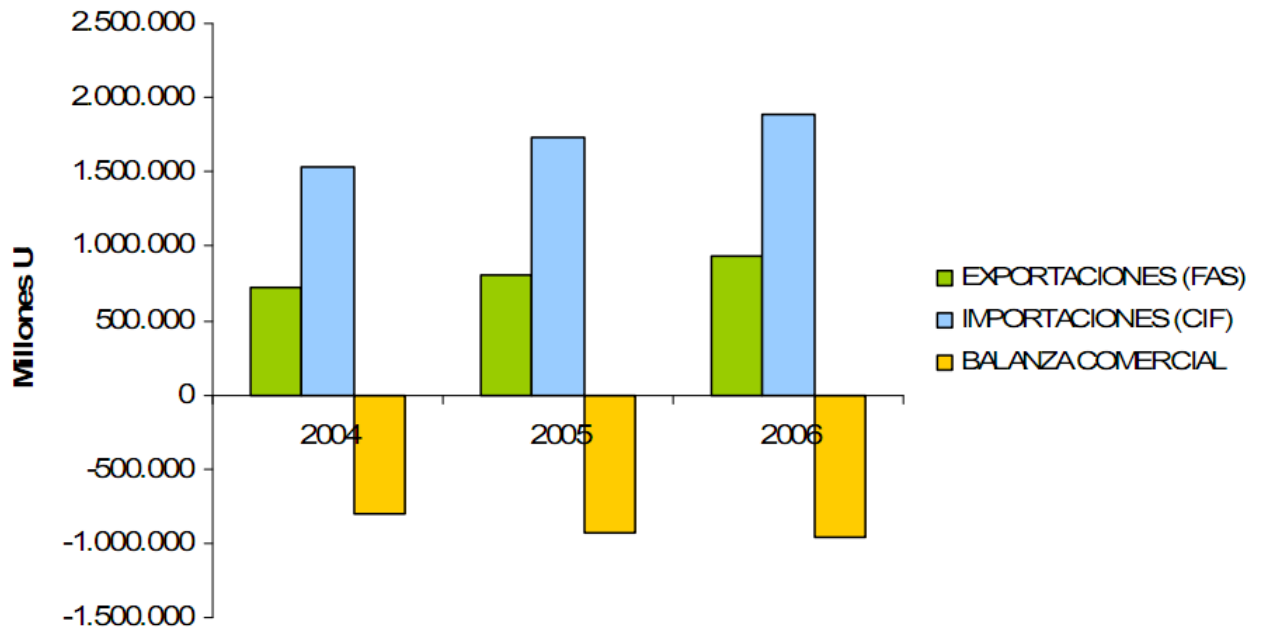
COMERCIO EXTERIOR	Millones US\$ 2004	Millones US\$ 2005	Millones US\$ 2006
EXPORTACIONES (FAS)	727.183	803.992	929.486
IMPORTACIONES (CIF)	1.525.481	1.732.533	1.890.134
BALANZA COMERCIAL	-798.297	-928.541	-960.648

Fuente: United States International Trade Commission. Tomado el 11/10/07.

La balanza comercial muestra el aumento en el intercambio entre Estados Unidos y Colombia para los años 2004, 2005, 2006, aunque la balanza comercial sea

negativa porque son mas las importaciones estadounidenses dando viabilidad a nuestro proyecto.

GRÁFICA 1. BALANZA DE COMERCIAL DE ESTADOS UNIDOS



Fuente: United States International Trade Commission.

La gráfica 1, muestra de una forma más visual los resultados obtenidos en el cuadro 1. Los principales países proveedores de Estados Unidos son Canadá, China, México, Japón, Alemania, otros, con un porcentaje de 16.13%, 15.93%, 10.45%, 8.03%, 4.81%, 44.64% respectivamente, según la guía para exportar de Estados Unidos de Proexport.

Los principales socios de exportación de Estados Unidos son: Canadá, México, Japón, China, Reino Unido, Otros, con porcentajes tales de 21.33%, 12.33%, 5.98%, 5.55%, 4.45%, 50.37% respectivamente, según la guía para exportar de Estados Unidos de Proexport.

SOCIAL: en materia de educación, se están organizando nuevos planes que permitan mejorar el nivel educativo de los estadounidenses, en el año 2.009 tuvo una tasa de alfabetismo del 99% tanto para hombres como para mujeres, para identificar el alfabetismo se tiene en cuenta a personas mayores de 15 años que sepan leer y escribir, esta información está basada en CIA World Factbook

En el aspecto religioso según estudios de la organización América arrojó los siguientes resultados:

Casi todas las religiones del mundo se practican actualmente en Estados Unidos.

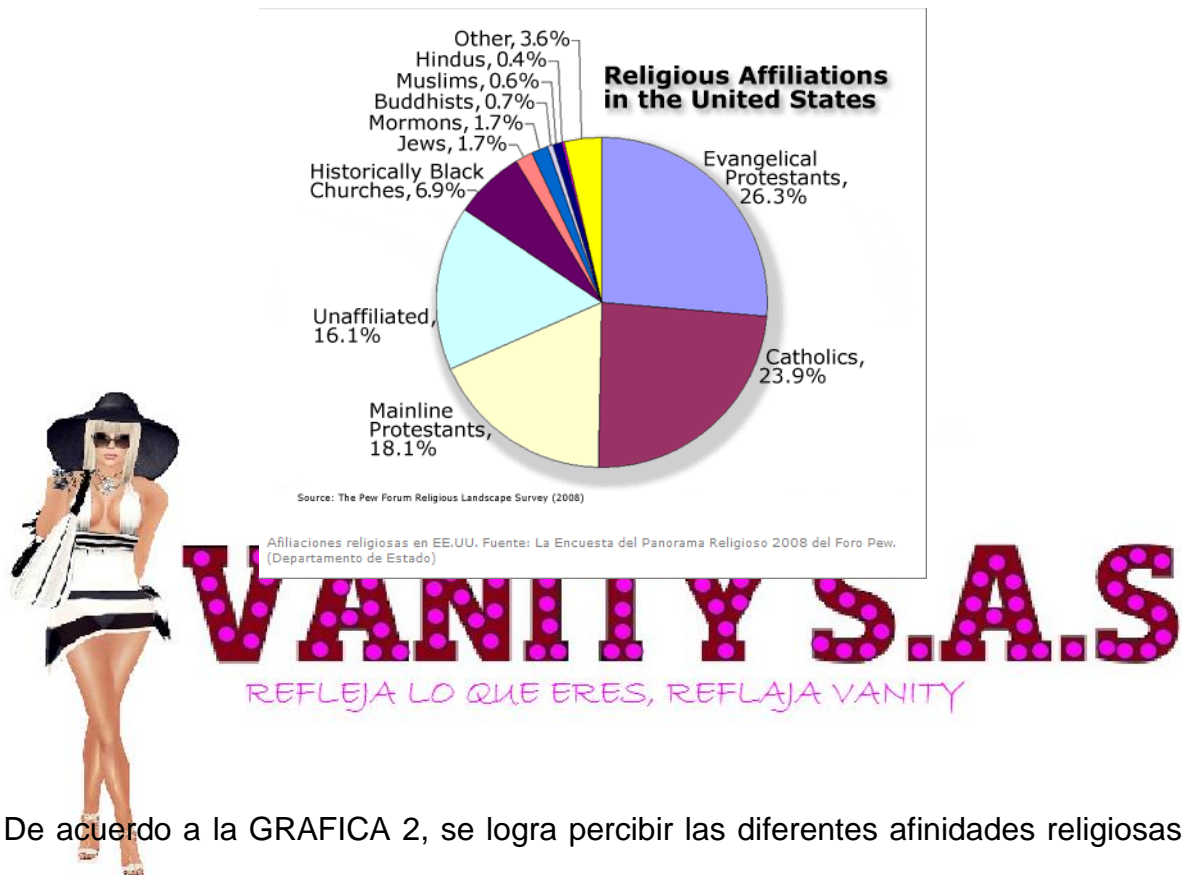
La tradición estadounidense de tolerancia religiosa y constitucional que protege la libertad de culto, ha hecho de la vida religiosa en Estados Unidos una de las más diversas y vibrantes del mundo. Un nuevo estudio realizado por el Foro Pew sobre Religión y Vida Pública encontró que 78 por ciento de más de 35.500 encuestados se clasificaron como cristianos, cinco por ciento pertenecen a otras religiones y 16 por ciento no están afiliados con una religión específica. Los miembros de las iglesias evangélicas protestantes constituyen el grupo religioso más grande en Estados Unidos (26 por ciento de la población), seguidos por los católicos (24 por ciento) y los protestantes tradicionales (18 por ciento)³.



³ <http://www.america.gov/st/washfile-spanish/2008/March/20080326133114liameruoy0.6206934.html>

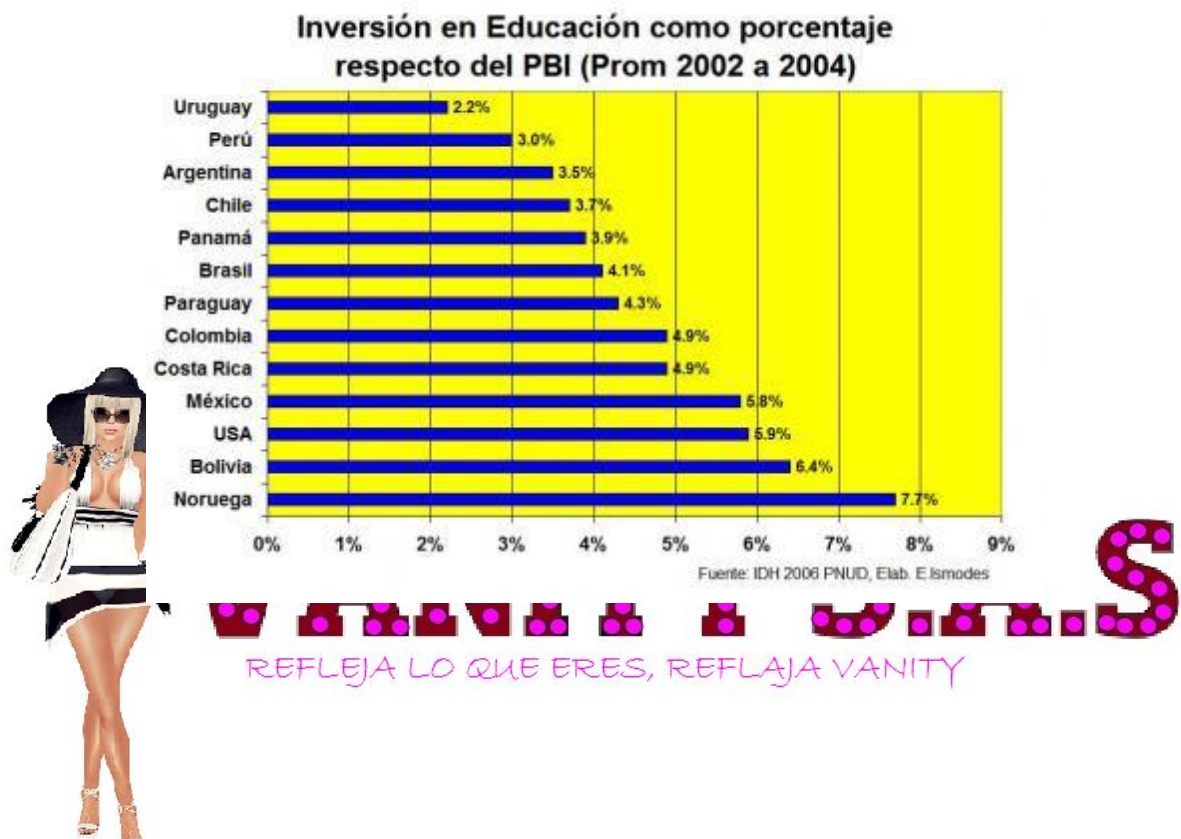
GRAFICA 2. PORCENTAJES DE AFINIDAD RELIGIOSA EN ESTADOS

UNIDOS



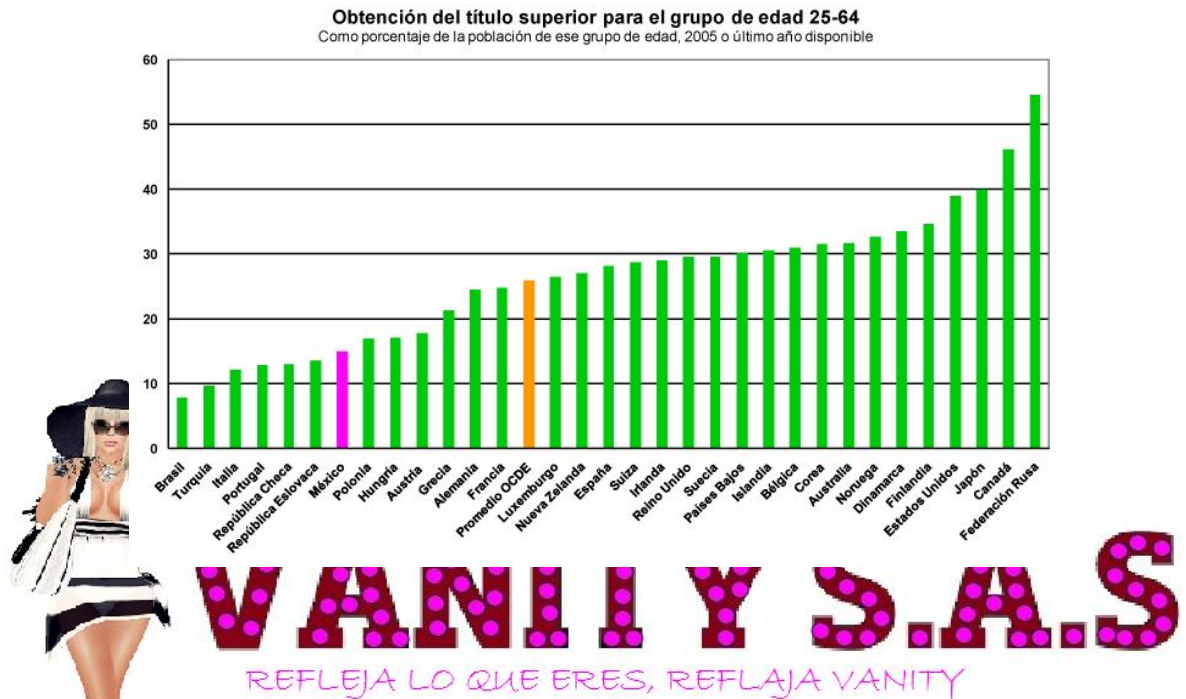
De acuerdo a la GRAFICA 2, se logra percibir las diferentes afinidades religiosas que se encuentran en los Estados Unidos, donde la mayoría de las personas hacen parte de religiones que no prohíben el uso de traje de baño, lo que demuestra que el proyecto continúa siendo viable, de acuerdo a las preferencias y cultura del mercado objetivo.

GRAFICA 3. INVERSION EN EDUCACION COMO PORCENTAJE RESPECTO DEL PIB



La información proporcionada por la GRAFICA 3, mostrando el porcentaje de inversión de Estados Unidos en su educación respecto al PIB y conociendo que un país logra desarrollarse y crecer en cierta parte por el alfabetismo que maneje la población, da la certeza de estar dirigiendo nuestro proyecto aun mercado en el cual las personas tienen una capacidad de adquisición relativamente buena, por el nivel de estudios que maneja.

GRAFICA 4. OBTENCIÓN DEL TITULO SUPERIOR PARA EL GRUPO DE EDAD 25-64 AÑOS



Al encontrar ubicado nuestro mercado objetivo como el cuarto en obtención del título superior para personas entre los 25 – 64 años, el cual es uno de los rangos de edad que vamos a manejar como nicho de mercado (25-45 años), como se expresaba anteriormente, entre mas alfabetismo y nivel de educación tenga una población, genera mayor poder adquisitivo, siendo un mercado donde nuestros productos podrán tener compra y rotación.

CULTURA en Estados Unidos de América está marcado por música, cine, baile, arquitectura, literatura, gastronomía y artes visuales, además tiene un poco de influencia de diferentes países, ya que allí se encuentran como residentes un gran

número de personas que no son originarias de este país, permitiendo que se cuente con una diversas culturas, permitiendo que se pueda llegar a penetrar el mercado con gran diversidad de productos.

TECNOLOGÍA: principalmente para confeccionar trajes de baño se requiere tres maquinas:

MAQUINA DE COSER EN PUNTADA RECTA: BROTHER S7200B Máquina de Coser Industrial tiene las siguientes Características:

Máquina de puntada recta con motor incorporado, mínima lubricación, se utiliza un recipiente de aceite que se mantiene limpio continuamente, se suministra una cantidad mínima para permitir una velocidad elevada 5.000 p.p.m., adecuada para todo tipo de tejidos.



VANITY S.A.S.
REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

MAQUINA DE COSER REMALLADORA: para corte la tela y que haga el sobrehilado.

*BROTHER FB Remalladora Overlock, tiene las siguientes Características:

- Remalladora Overlock de 2 agujas rectas
- 4 y 5 hilos
- Separación entre agujas de 3 mm.
- Puntada de seguridad independiente

* KINGTEX SH-7005 Remalladora Overlock, tiene las siguientes Características:

- Remalladora Overlock
- 2 agujas
- 3,4 y 5 hilos
- Engrase automático
- 5 hilos puntada seguridad 0,5 cm
- Completa, mesa y motor industrial

MAQUINA DE COSER RECUBRIDORA: para el terminado de las costuras, Máquina de coser recubridora industrial de 3 agujas CM-928-PF/CV Tipo de ruedas de tracción externas de control neumático

Aplicaciones de la máquina de coser recubridora industrial de 3 agujas CM-928-PF/CV:

es un equipo de costura especial con gran retroceso para costuras rápidas, en textiles gruesos y de trabajo pesado tales, como tiendas de campaña y jeans.

Características de la máquina de coser recubridora industrial de 3 agujas CM-928-PF/CV:

1. Estructura especial de voladizo tubular para coser las mangas, pantalones y prendas similares.
2. Cuenta con extractor neumático exterior, sistema automático de elevación, prensa automática, auto recolector de retazos, para fácil operación.
3. Función automática de enfriamiento para las agujas para costura de materiales

extra gruesos.

Especificaciones de la máquina de coser recubridora industrial de 3 agujas CM-928-PF/CV:

Modo: Costura de cadeneta de 3 agujas

Velocidad: Max3.500 s.p.m

Longitud de costura: 1.2-5.2mm

Numero de agujas: 3

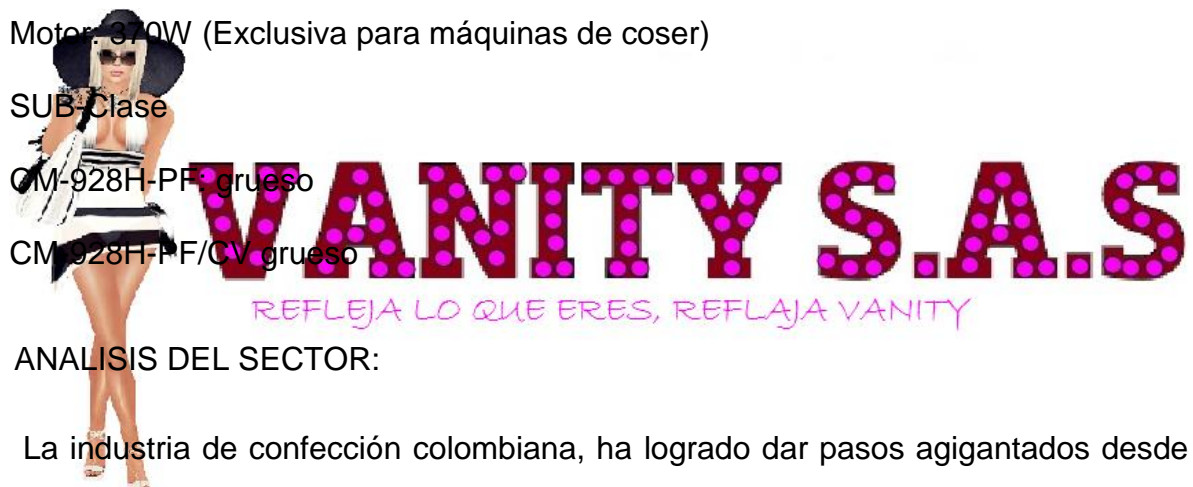
Agujas: TVX5 #21

Motor: 0.90W (Exclusiva para máquinas de coser)

SUB Clase

CM-928H-PF grueso

CM-928H-PF/CV grueso



ANALISIS DEL SECTOR:

La industria de confección colombiana, ha logrado dar pasos agigantados desde su inicio en el siglo XVIII hasta el día de hoy, donde en sus comienzos se realizaba trabajos en tejidos de lana y algodón con tecnologías rudimentarias, pero con el paso del tiempo estas quebraron.

En el siglo XX, se crean las primeras fábricas textiles en Colombia, la mayoría en Medellín y lugares aledaños, pues la ciudad era el centro de la economía del café y gran parte del paso de mercancías que iban para las diferentes ciudades del país, se daban por allí.

Al tener tanto tiempo la industria de los textiles y confección en Colombia, ha permitido que en la actualidad sea uno de los sectores mejor organizados y el cual le provee un gran aporte al crecimiento del PIB en el 2010, según lo informa el DANE en el cuadro2.

La producción Nacional de confecciones incluye: ropa para mujer, ropa infantil, ropa casual de algodón para hombre y mujer, camisetas, pantalones (jeans), chaquetas, ropa interior, trajes de baño y toallas de algodón.

Colombia es el tercer productor de ropa íntima en el mundo y se ha posicionado en los últimos años con éxito en nicho "Premium" en trajes de baño y gracias a las adecuadas soluciones para "sourcing"

Medellín por sus altos estándares de calidad tanto en su mano de obra como en el proceso productivo, sin dejar a un lado el reconocimiento y experiencia que tiene en el área textil y de confección es la ciudad que realiza estos procesos a marcas reconocidas como Mine West, Oscar de la Renta, Diesel, Ralph Lauren, entre otras.

Además es considerado un producto con gran potencialidad de acuerdo a estudios realizados por PROEXPORT, teniendo importaciones mundiales en el 2009 por valor de 472.672.840.



VANITY S.A.S

BOGOTÁ, COLOMBIA, 2013

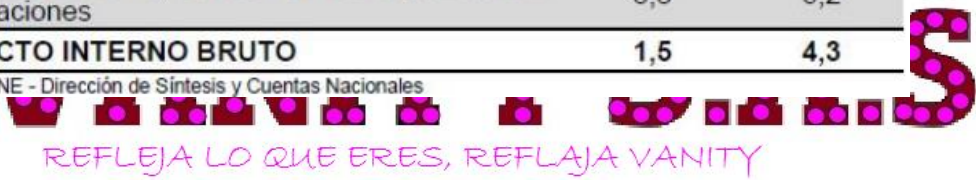
TABLA 2. COMPORTAMIENTO DEL PIB POR ACTIVIDAD ECONOMICA

2009-2010

Variación porcentual anual - Series desestacionalizadas

Ramas de actividad	2009	2010
Agropecuario, silvicultura, caza y pesca	-1,1	0,0
Explotación de minas y canteras	11,4	11,1
Industria manufacturera	-3,9	4,9
Electricidad, gas de ciudad y agua	2,9	2,2
Construcción	8,4	1,9
Comercio, reparación, restaurantes y hoteles	-0,3	6,0
Transporte, almacenamiento y comunicación	0,4	4,8
Establecimientos financieros, seguros, inmuebles y servicios a las empresas	1,8	2,7
Servicios sociales, comunales y personales	2,7	4,1
Subtotal valor agregado	1,9	4,1
Impuestos menos subvenciones sobre la producción e importaciones	-3,3	6,2
PRODUCTO INTERNO BRUTO	1,5	4,3

Fuente: DANE - Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales



REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

Se puede observar que la industria manufacturera, es una de las actividades que mayor porcentaje aporta al PIB, antecedido por la Explotación de minas y canteras, Comercio, reparación, restaurante y hoteles, además Medellín tiene un gran porcentaje del sector textil y moda, como se muestra a continuación, el cual muestra que esta ciudad es apta para generar empresas que se dediquen a esta actividad económica.

TABLA 3. PORCENTAJE DEL SECTOR TEXTIL-CONFECCIÓN EN LAS REGIONES DE COLOMBIA

REGION COLOMBIANA	% DE EXPORTACIONES
Antioquia	53
Bogotá	39
Otras regiones	8

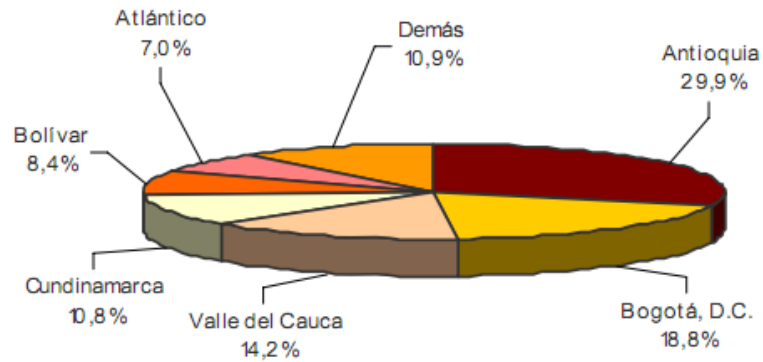
Fuente: www.inexmoda.org.co/actualidad/071.htm 2005

Según la tabla 3. Antioquia es el departamento que mas porcentaje tiene en el sector textil-confección en Colombia, pues como se ha mencionado, Medellín, ciudad ubicada en el departamento de Antioquia es considerada el Centro Industrial de Textiles y Confecciones, además de ser la sede de dos de las más importantes ferias de textil y confección en latino América las cuales son Colombiatex y Colombiamoda, según INEXMODA.

De acuerdo con las declaraciones presentadas ante la DIAN, se tiene la siguiente información:



GRAFICA 5. DISTRIBUCION PORCENTUAL DEL VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES NO TRADICIONALES POR DEPARTAMENTO DE ORIGEN ENERO-JULIO 2010



Fuente: DANE – DIAN Cálculos: DANE

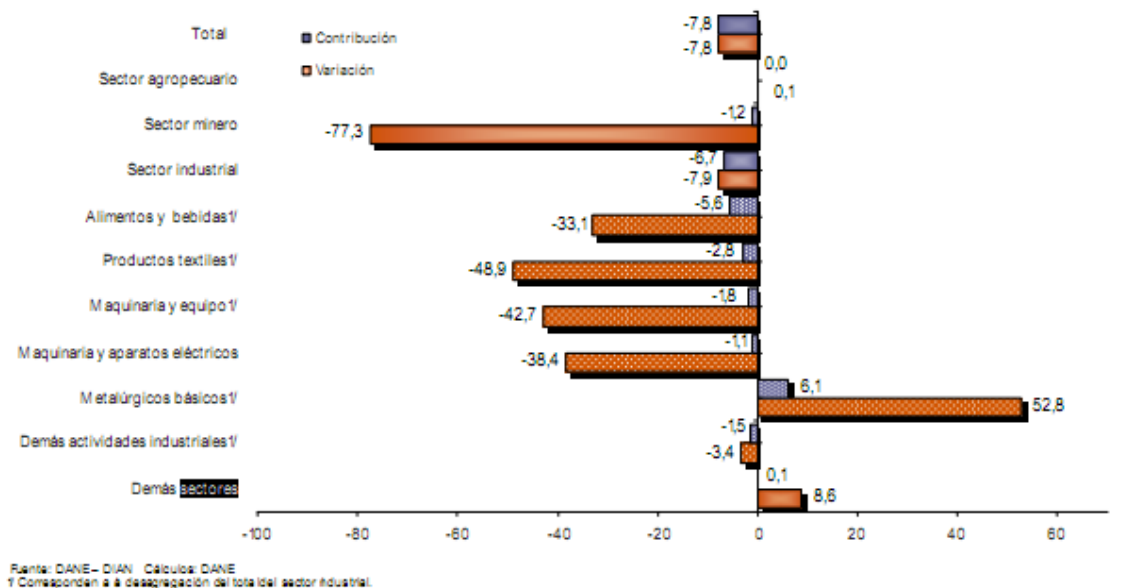


VANITY S.A.S

Las exportaciones de Antioquia aumentaron 14.1%, pasando de US\$2.157,9 millones a US\$2.462,6 millones, de acuerdo a las cifras presentadas por el DANE en su Boletín de Prensa de Septiembre 2 de 2010.

De una manera más precisa se tiene el comportamiento por sectores en las exportaciones en el mismo periodo.

GRAFICA 6. COMPORTAMIENTO DEL VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES NO TRADICIONALES POR DEPARTAMENTO DE ORIGEN ENERO-JULIO 2010



REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

La variación que sufrió el sector textil y la disminución en su contribución de -48.9% y -2.8% respectivamente, son consecuencia de la cantidad de prendas que se han dejado de vender a los países vecinos por el cierre de fronteras que se ha generado por parte del gobierno venezolano principalmente, además por la gran participación en la producción que viene teniendo China en este sector.

Las exportaciones totales de Colombia por la partida arancelaria 61124100 correspondiente a BAÑADORES, DE PUNTO, DE FIBRAS SINTETICAS, PARA MUJERES O NIÑAS.

TABLA 4. PAISES DESTINO DE LAS EXPORTACIONES COLOMBIANAS PARA
LA PARTIDA 61124100

PAIS	USD 2009 FOB	USD 2010 FOB	USD ENERO- ENERO 2010	USD ENERO- ENERO 2011
MEXICO	1,858,374.07	2,513,958.85	236,308.53	280,251.19
ESTADOS UNIDOS	1,402,948.06	2,440,148.89	94,070.75	263,072.99
VENEZUELA	3,503,195.22	1,434,178.49	77,535.47	76,051.15
ECUADOR	410,655.73	955,546.08	21,568.01	17,284.10

FUENTE: DANE – DIAN. - CALCULOS: PROEXPORT Colombia

Según los datos anteriores, los países destino de las exportaciones colombianas de trajes de baño para mujeres y niñas han aumentado sustancialmente la importación de estas prendas en los últimos años, convirtiendo a México en el principal cliente.

TABLA 5. DEPARTAMENTOS ORIGEN DE LAS EXPORTACIONES
COLOMBIANAS PARA LA PARTIDA 61124100

DEPARTAMENTOS	USD 2010 FOB	PARTICIPACION USD 2010
ANTIOQUIA	11.934.010.08	87.16 %
BOGOTA	758.488.63	5.54 %
VALLE DEL CAUCA	526.619.49	3.85 %
NORTE DE SANTANDER	312.418.23	2.28 %
ATLANTICO	111.980.95	0.82 %

FUENTE: DANE – DIAN. - CALCULOS: PROEXPORT Colombia

Los departamentos con mayor participación en la producción de trajes de baño para la exportación son Antioquia, Bogotá, Valle del Cauca, Norte de Santander y Atlántico, siendo Antioquia, el departamento con mayor producción de las prendas, aportando el 87.16% del total exportado por Colombia.

TABLA 6. EMPRESAS COLOMBIANAS EXPORTADORAS DE LA PARTIDA
61124100

EMPRESA	NIT
C.I. FACE AND BODY LTDA	8110436203
	900042611
	900083507
	900085621
	900150913
AGUA BENDITA LTDA	8110448931
ALTERNATIVA DE MODA S.A.	8000539690
ANA MARIA PACHON DAVID	432705836

FUENTE: DANE – DIAN. - CALCULOS: PROEXPORT Colombia

Las empresas dedicadas a la exportación de trajes de baño que han permitido al país llegar a exportar tan altos volúmenes se encuentran principalmente ubicadas en el departamento de Antioquia, específicamente en la ciudad de Medellín según lo informa de DANE.

3.10 CONOCIMIENTOS PARA ENTRAR EN EL NEGOCIO

Tendencias de moda.

Diseño.

Confección.

Proveedores.

Compradores.

Maquiladores.

Costos y presupuestos.

Empaque y embalaje.

Etiquetados.

Distribuidores.

Acuerdos comerciales.

Aranceles

Requisitos para exportar textiles a Estados Unidos.

Requisitos para exportar textiles desde Colombia.

Logística nacional e internacional.



VANITY S.A.S
REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

4 ANALISIS DEL MERCADO

4.1 OBJETIVOS DE MERCADEO

OBJETIVO GENERAL:

- Posicionar nuestro bañador en un periodo mínimo de dos años y máximo 5 años como uno de los trajes de baño más demandados y reconocidos por su calidad y funcionalidad en las zonas costeras de los Estados Unidos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Penetrar con fuerza en el mercado internacional a través de publicidad que permita a los clientes potenciales conocer la innovación de los nuestros bañadores.
REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY
- Incursionar en el mundo swimwear con diseños vanguardistas.
- Competir en el mercado nacional e internacional con calidad, precios y tecnología que diferencien nuestros bañadores a los posicionados en el mercado.
- Crear tendencias slow fashion que permitan a nuestros clientes satisfacer de manera completa y segura sus necesidades.



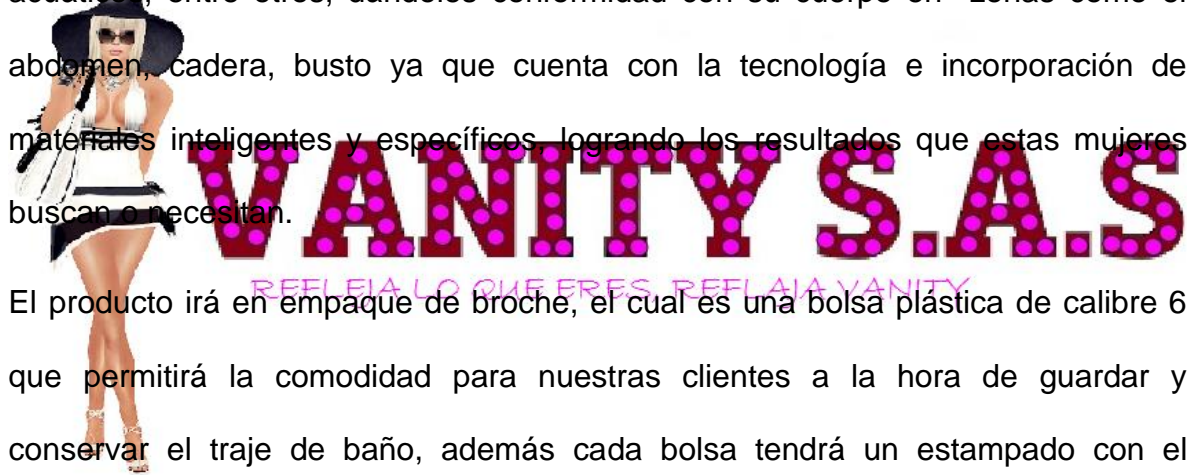
VANITY S.A.S

REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

4.2 DESCRIPCIÓN DEL PORTAFOLIO DE BIENES Y/O SERVICIOS

El producto que SWIMWEAR VANITY S.A.S. ofrecerá al mercado son trajes de baño con faja reductora y moldeadora que cuentan con diferentes estilos y diseños, los cuales permitirán a las mujeres que lo usen, verse y sentirse más esbeltas, pues adicional a la faja en látex estará acondicionado con sistema de realce en el busto y las caderas; por este motivo lograra que quienes compren nuestros producto luzcan su cuerpo en lugares como playas, piscinas, parque acuáticos, entre otros, dándoles conformidad con su cuerpo en zonas como el abdomen, cadera, busto ya que cuenta con la tecnología e incorporación de materiales inteligentes y específicos. logrando los resultados que estas mujeres buscan o necesitan.

El producto irá en empaque de broche, el cual es una bolsa plástica de calibre 6 que permitirá la comodidad para nuestras clientes a la hora de guardar y conservar el traje de baño, además cada bolsa tendrá un estampado con el nombre y logo de la empresa que ayudará a nuestra marca a promocionarse.



GRAFICA 7. DISEÑO DE EMPAQUE PARA TRAJES DE BAÑO



4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

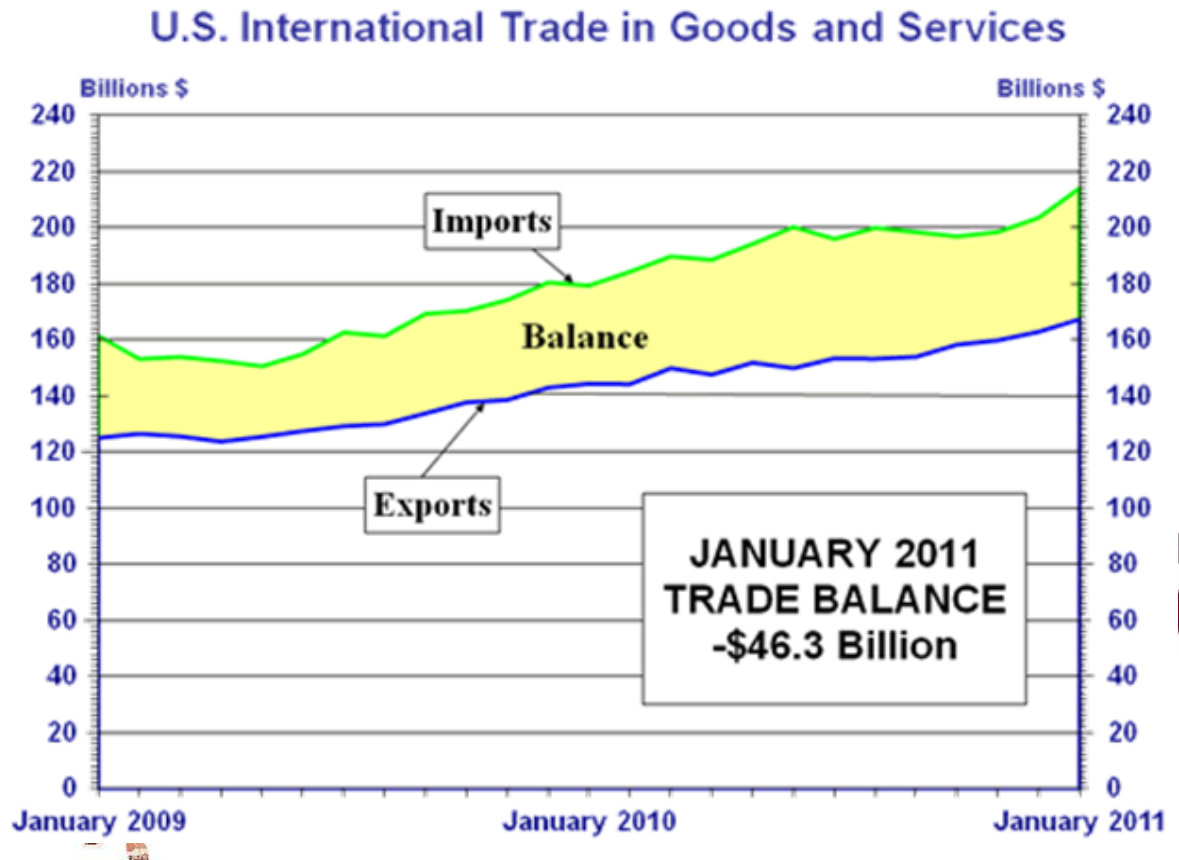
Nuestro mercado meta está compuesto por la población femenina de los Estados Unidos a quienes venderemos nuestros trajes de baño, siendo ellas las consumidoras finales.

Nuestra empresa realizo una intensa investigación en cuanto a telas que alcanzaran el propósito que se busca, no solo en diseños y colores si no también en calidad y confort y descubrimos que tanto Protela como Balalaika nos ofrecían lo que exclusivamente buscábamos y mucho mas, de esta manera notros conseguiremos ofrecer a nuestros clientes lo que ellos también buscan a la hora de comprar un producto.

Nuestra empresa iniciara su mercado con dos líneas de trajes de baño solo para mujeres, son la START-TEEN para jóvenes entre los 15 y 20 anos y la START-VANITY para mujeres con edades desde 20 y 45 años , esta línea pretende lanzar estilos juveniles y otros más formales para que cada una de estas mujeres se identifiquen con nuestra marca y tengan la posibilidad de elegir el estilo y color que se adapte a su edad y a sus preferencias como también a las exigencias de sus esposos, el bañador pretende molde el cuerpo de aquella mujer que lo use, pretende mejorar su actitud ante su cuerpo y también su vanidad.

SWIMWEAR VANITY S.A.S. busca llegar al mercado Estadounidense con precios asequibles para la mujer americana que mensualmente reciba ingresos desde USD\$1200, los precios varían de acuerdo al diseño del bañador.

GRAFICO 8. BALANZA COMERCIAL DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA
2009-2011



En Estados Unidos como es conocido siempre son mayores las importaciones que las exportaciones, dando como resultado una balanza comercial negativa, pero eso no interfiere para ser el país más importante respecto al comercio internacional, además debido a la reciente crisis económica mundial no se refleja una disminución en su comercio, al contrario se ve una tendencia creciente que es un buen punto de referencia para la empresa VANITY S.A.S. que planea exportar a dicho país.

TABLA 7. PRODUCCION, IMPORTACION, EXPORTACION Y CONSUMO DE
TRAJES DE BAÑO EN ESTADOS UNIDOS DE AMERICA 2007-2008
(en millones de dólares)

Confección baño	2007	2008	Variación % 2007- 2008
Producción	356,2	335,5	-0,058
Importaciones	857,7	846,6	-0,013
Exportaciones	47,6	48,8	0,025
Consumo	1.166,3	1.133,3	-0,028



De acuerdo a la tabla anterior se puede observar la variación que se ha venido presentando en los años 2007 – 2008 del consumo de trajes de baño en Estados Unidos en millones de dólares.

VANITY S.A.S
REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

Debido a esta información y conociendo que el precio promedio de un traje de baño en Estados Unidos es de veinte dólares (20 USD), el número de trajes de baño consumido en Estados Unidos fue de cincuenta y seis mil seiscientas cincuenta unidades (56.650 unidades).

4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

Conocer los gustos y preferencias referentes a trajes de baño en el mercado estadounidense.

Identificar los precios que están dispuestos a pagar los compradores.

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

Los estudios se realizaron a través de bases de datos de proexport y ZEIKY, además entrevista con la diseñadora LORENA FORERO egresada de la colegiatura.

c) Aplicación de la Medios

Las bases de datos de proexport y ZEIKY fueron visitadas diferentes días, entre el 2 de febrero y el 14 de marzo de 2011 en horarios de la tarde.

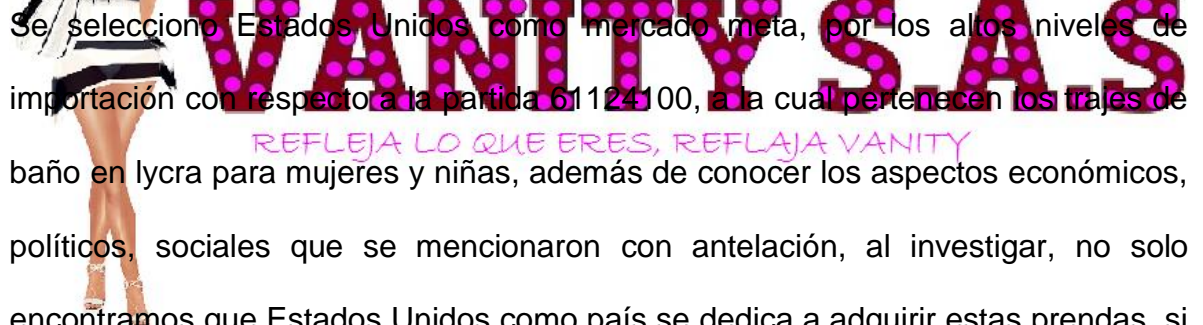
La entrevista con LORENA FORERO fue realizada el día 2 de marzo de 2011 a las 2:00 de la tarde en la casa de la misma, debido a que ella actualmente labora en la ciudad de Bogotá, pero para esta fecha se encontraba vacacionando en la ciudad de Medellín.



d) Resultados del estudio de los consumidores

Los medios arrojaron como resultado la viabilidad del proyecto referente a los consumidores, dándonos la opción de continuar investigando más sobre el proyecto y la forma de llevarlo a la realidad.

A través de proexport y ZEIKY los resultados económicos, sociales, políticos, riesgos de pago, entre otros dan respuestas positivas a la ejecución del proyecto y la entrevista con la diseñadora nos permitió conocer más a fondo las preferencias y gustos de los consumidores y tener la certeza que podemos cumplir a cabalidad, logrando satisfacer a nuestros clientes potenciales.



Se selecciono Estados Unidos como mercado meta, por los altos niveles de importación con respecto a la partida 61124100, a la cual pertenecen los trajes de baño en lycra para mujeres y niñas, además de conocer los aspectos económicos, políticos, sociales que se mencionaron con antelación, al investigar, no solo encontramos que Estados Unidos como país se dedica a adquirir estas prendas, si no también que la mujer estadounidense actualmente busca mejorar su apariencia y una de las características más importantes es que tiene poder adquisitivo para comprarlas, se conoció que las mujeres con mayor preocupación por su belleza son aquellas ubicadas en el rango de 15 a 45 años, pero sabiendo que es una cantidad bastante amplia y con gustos muy diversos loas agrupamos en dos, siendo la línea START-TEEN y la línea START-VANITY, con mujeres entre los 15 y 20 años y la otra parte de 20 a 45 años, respectivamente.

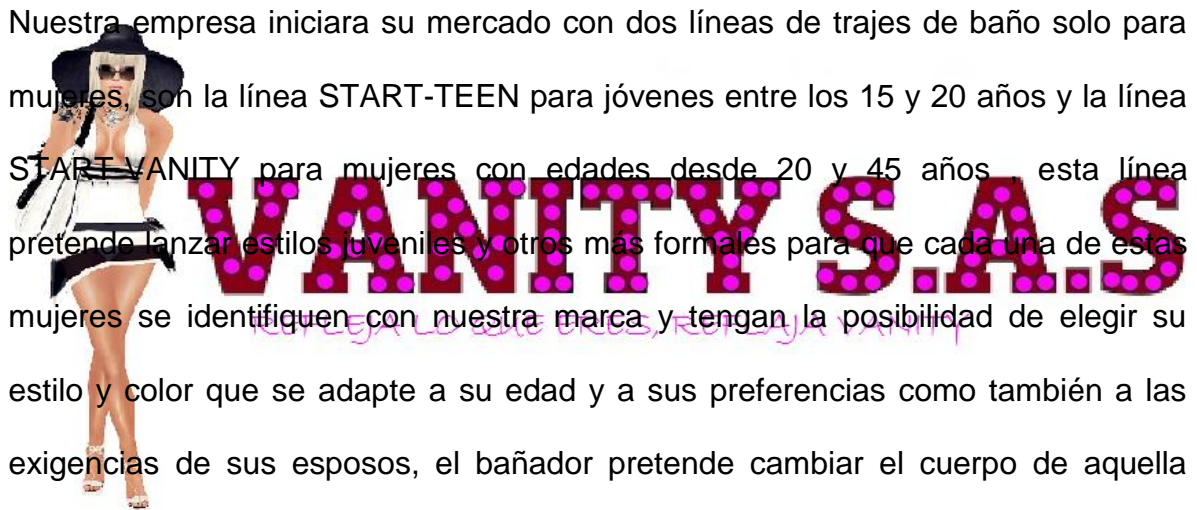
Población Consumidora

El tipo de consumidor al cual pretendemos llegar es al cliente final, siendo mujeres estadounidenses entre los 15 y los 45 años.

Los aspectos relevantes para la compra de los trajes de baño varían según el Estado, a nivel general las mujeres estadounidenses adquieren las prendas por el precio, la calidad, el servicio prestado, pero según el Estado entran a jugar factores como la temporada.

Nuestra empresa iniciara su mercado con dos líneas de trajes de baño solo para mujeres, son la línea START-TEEN para jóvenes entre los 15 y 20 años y la línea START-VANITY para mujeres con edades desde 20 y 45 años. esta línea pretende lanzar estilos juveniles y otros mas formales para que cada una de estas mujeres se identifiquen con nuestra marca y tengan la posibilidad de elegir su estilo y color que se adapte a su edad y a sus preferencias como también a las exigencias de sus esposos, el bañador pretende cambiar el cuerpo de aquella mujer que lo use, pretende mejorar su actitud ante su cuerpo y también su vanidad.

SWIMWEAR VANITY S.A.S. busca llegar al mercado Estadounidense con precios conformes para la mujer Americana que mensualmente reciba ingresos desde USD\$1200, los precios varían de acuerdo al diseño del bañador y al estado que llegue el traje de baño.



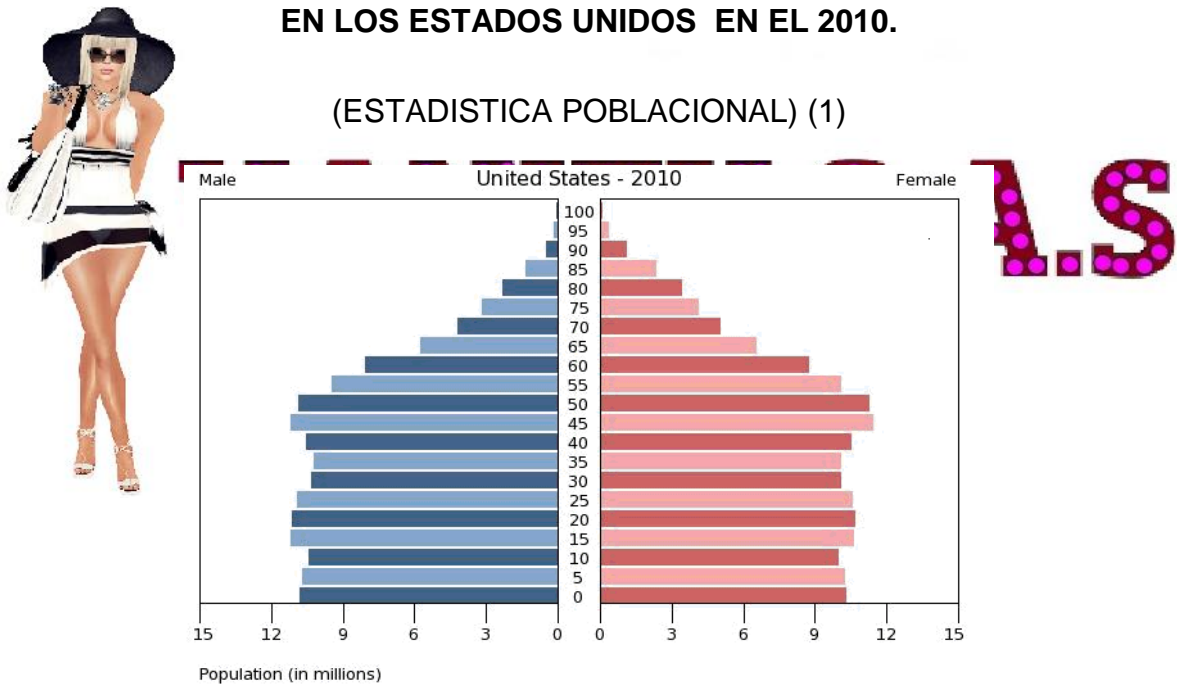
Los bañadores estarán en todo Estados Unidos específicamente en las zonas costeras, llegarán al estado de la Florida este incluye Miami y Orlando, el estado de California, estado de Hawái, siguiendo con New York, Oregon y Texas.

Determinación de la Demanda.

GRAFICA 9. DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACION FEMENINA Y MASCULINA

EN LOS ESTADOS UNIDOS EN EL 2010.

(ESTADISTICA POBLACIONAL) (1)



ESTADISTICA POBLACIONAL. (s.f.). Recuperado el 16 de Marzo de 2011, de <http://tecnoculto.com/2011/02/05/piramide-poblacional-en-los-eu-de-1950-al-2010/>
ESTADISTICA POBLACIONAL DE ESTADOS UNIDOS. (16 de Marzo de 2011).

La grafica 9, demuestra que la población femenina de Estados Unidos, viene creciendo considerablemente, incluso siendo mayor en cantidad que la masculina, lo cual nos permite tener la certeza que las compras realizadas por esta parte de la población, logran ser considerables para SWIMWEAR VANITY S.A.S, sea sostenible en el tiempo, teniendo en cuenta que la empresa solo se dirige a mujeres en edades de 15 a 45 años, encontramos la siguiente distribución, por estructura por edad Según el censo de los Estados Unidos del 2010:

Hombres: 151.205.402

Mujeres: 156.006.721

0-14 años: 20,2% (hombres 31.639.127 / mujeres 30.305.704)

15-64 años: 67% (hombres 102.665.43 / mujeres 103.129.321)

65 años y más: 12,8% (hombres 16.901.232 / mujeres 22.571.696) (2010 estimado)

En 2010, se contaron 308,7 millones.

La educación e ingresos son parte fundamental de los consumidores a los que vamos a enfocar nuestros donde el 85% de los estadounidenses de más de 25 años ha terminado el bachillerato y el 68% se inscriben en universidades, lo que les garantiza poder acceder a mejores ofertas laborales con mejores salarios, dándoles mayor poder adquisitivo.



4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

Proveedores de tarjetas y etiquetas mas diseños gráficos.

1 MP Litografía Cra 44 # 46-51 Bombona con Niquitao Tel 239 55 14 Cel 313 707 49 65

2 Lito Jara Cra 44 # 46-2 PBX 444 83 10.

3 El EFEL Litografía- Tipografía Cra 44 # 46-71 Tel 2394025 Telefax 239 38 82 Cel 315 658 47 16 – 314 752 79 63

Proveedores Marquillas

1 GRP Marquillas Ltda. Cra 68 A # 43- 06 Int. 301 Medellín. Tel 2604911 Fax 260 4911

2 Britex S.A Cll 49B # 64B-112 Of 302 Medellín Tel 2603786 Fax 260 34 92

Proveedores Apliques y otros

1 Insumatex (herrajes) Dig 50 # 49-14 Of 702 Medellín Tel 5129830 – 5113765

2 Sintatex S.A Cll 8 sur # 50FF – 98 Aguacatala Tel 255 11 11

Proveedores Látex

1 Latexport S.A Autopista Medellín Bogotá Km 24 Guarne Ant. Tel 5510679



2 Plastextil S.A Cr 44 # 28-36 Medellín Tel 4442440 Fax 3238673

3 Punto Textil S.A Cr 65B # 16^a-25 Of 201 Medellín Tel 3162121 Fax 3162934

Proveedores Telas

1 Protela S.A Cll 32 F # 76-140 Medellín Tel 4110611 – 316 4696763

2 Balalaika Ltda. Cra 52 # 66–11 Medellín Tel 2893131 Fax 2637027

3 Invista Colombia Bogotá Cll 114 # 9-45 Trr. B Ofic. 1102 Tel 57(1) 2 757700

Proveedores Empaque

1 Techniplas Ltda. Cll 30 A # 65 A 03 Medellín Tel 265 27 22 Fax 3511366

2 MasterPlas Ltda. Cra 50 # 88-98 Medellín Tel 2626193 Fax 3812437

3 Isoplast Cra 52 # 7 sur 85 Av. Guayabal Tel 3622425 Fax 3529762

Proveedores Materia Prima

1 Procesos Prehormados S.A Cll 7 sur # 51^a-21 Bdg154 Medellín Tel 3619905

2 C.I. Creaciones Segar Itagüí-Antioquia Cll 79 # 52D-134 Tel 3771859

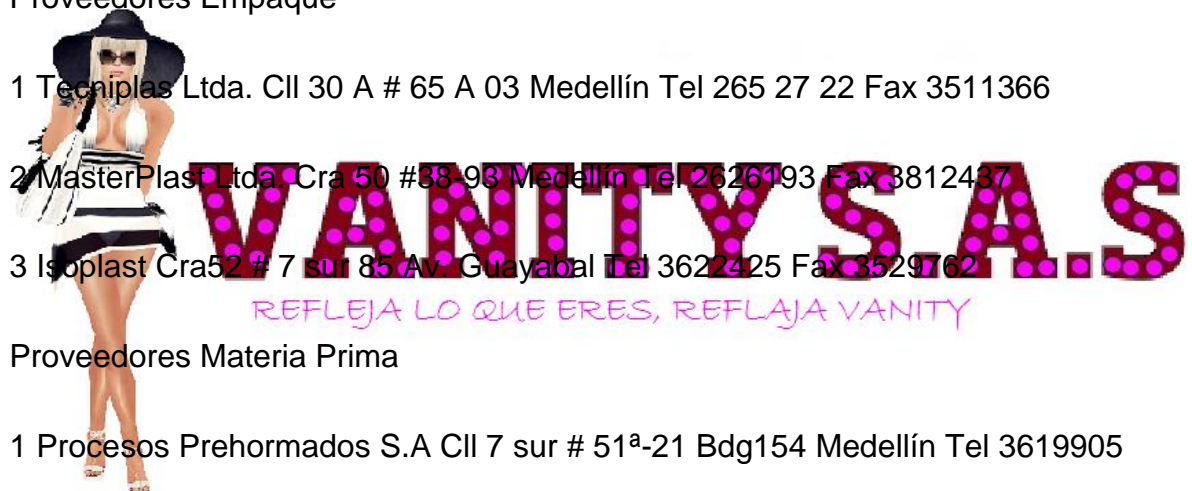
3 Invatex S.A Cll 53 # 73- 125 Medellín Tel 2647013- 2646633

4 Insumatex Dig 50 # 49-14 OF 702 Medellín Tel 5129830-5113765

Proveedores Herrajes y Otros

1 Herrajes Hedecop Cll 10 # 5b 49 Medellín Tel 2790095- 5770666

2 Trims Co. Cra 54 # 46-40 Medellín Tel 3146191590



Proveedores De Insumos, Cintas, Elásticos Y Ruedos

1 Sintatex Cl8sur#50 FF-98 Medellín, Tel 2551111

Proveedores De Cajas Tipo Exportación

1 Propac Cra 54 # 75AB 5-220 la Estrella Tel 2798888 Fax 2798889

2 Atemsa Ltda. Call37s # 46^a-74 Envigado Tel 4444074

3 Corrapartes Ltda. Cll 100c- 88 Bdg 8 la Tablaza Tel 3033462

4 Corrumed S.A Cll 100s # 52 A-194 la Estrella Tel 3785000 Fax3785034

Proveedores de Estantes

1 Aceros y Vitrinas de Antioquia Cra 44 # 38-16 Med Tel 2328785 Fax 2328738

2 Agencia Opximodular Cll 29 # 45-17 Tel 2322060

Proveedor Embarcadores

1 Geodis Wilson Colombia Ltda. Cll 7 sur # 42-70 Of 301 Tel 4484422

2 Airmar Cargo S.A Dg 47^a16A S-82 Int 102 Tel 3134371

3 Almagran-Almacenar Cll 14 54A-20 Tel 4441028

Proveedores Modulares

1 A & Enseres E.U Cra 65 # 39-47 Tel 3516610-3516611

2 A & Soluciones Espaciales E.U Cll 79^a sur 46B-76 casa22 Sabaneta Tel 2886559

3 Adecuaciones Empresariales Cll 11^a # 42-05 Tel 5962805 Fax 3768002



4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

Lo que se buscaba investigar de los proveedores era:

Cantidad mínima de venta

Precio

Estado de entrega

Tiempo de entrega

Facilidades de pago

Manejo de descuentos

Calidad de los productos

Reconocimiento en el mercado

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

La investigación se realizó a través de visitas a las posibles empresas proveedoras, además de llamadas a las mismas y la consecución de cotizaciones.

c) Aplicación de la Medios

Las visitas se realizaron a las personas encargadas del área de ventas de cada empresa, a los cuales encuestamos con las variables mencionadas en el numeral a), en las semanas entre 2 de marzo de 2011 y 15 de marzo del 2011.



TABLA 8. RELACION POSIBLES PROVEEDORES DE LA EMPRESA

NOMBRE	DIREC	CONTAC	PRODUC	PRECIO	FORMA DE PAGO
Mpligrafia	Cra44# 46-51	Juan camilo Holguín	Etiquetas tarjetas	190.000	Contado
LitoJara	Cra44#46-23	Edgar Jaramillo	Etiquetas Tarjetas	130.000	Contado
	Cra44#46-71	Juan G. Trujillo	Etiquetas Tarjetas	68.000	Contado
Protela S.A	C Cra 32F#76-140 Tel 4110611	M. Paula Orrego	Tela Lycra	39.900Kl 41.900Kl	Contado
Balalaika Ltda	Cra52#66-11 Tel 2893131	Deisy Alvarez	Tela Lycra	17.270mt 27.720mt	Contado
Tecniplas	Cl30#65a-03 Tel 2652722	Arleny Ochoa	Empaque	1420 Unid + IVA 16%	Contado
Sintatex S.A	Cl8sur#50 FF-98 Tel 2551111	Eliana Molina	Elásticos y otros	100mt 9.000\$	Contado
GRP marquillas	Cra68A#43-06 Tel 2604911	José Rodríguez	Marquillas	81.200	Contado

NOMBRE	DIREC	CONTAC	PRODUC	PRECIO	FORMA DE PAGO
Latexport S.A	Autop Med-Bog Km24 Tel 5510679	Juan Carlos Guarín	Látex	1 KI 16.500	Contado
Herrajes Hedecop	Cl 10#5b-49 Tel 5770666		Apliques y Demás	500.000	Contado
Britex S.A	Cll 49B # 64B- 112 Tel 2603786		Marquillas	90.000	Contado
Trims Co.	Cra 54# 46-40 Tel 3146191590		Herrajes y Apliques	101.000	Contado
Procesos Prehormados	Cll 7 sur # 51ª-21 Tel 3619905		Copas de Brasaar y Otros	Min 1000 Unid 2.000.000	Contado
C.I. Creaciones Segar	Cll 79 # 52D-134 Tel 3771859		Confección y creación de moda	Min. 1000 U. 2.500.000	Contado
Invatex S.A	Cll 53 # 73- 125 Tel 2647013		Cordón grueso de 3 cm	Min. 100 mts 30.000	Contado
Propac	Cr 54#75AB 5- 220Tel 2798888	Jorge Maya	Caja tipo Exportación	L64cmx64Ax64A 500Min c/u 6090	Contado
Atemsa Ltda	Cll37s # 46ª-74 Tel 4444074	Francisco Hernán	Caja tipo Exportación	L64cmx64Ax64A 500Min c/u 5992	Contado
Sintatex S.A	Cl 8sur #50ff - 98Tel 2551111	Eliana Molina	Elásticos en nylon y lycra	1 Carreta de 100 Min/mt 90\$ 9.000	Contado

d) Resultados del estudio de los proveedores

TABLA 9. RELACION PROVEEDORES SELECCIONADOS PARA LA EMPRESA

NOMBRE	DIRECCION	CONTACTO	PRODUCTO	PRECIO	FORMA PAGO
Atemsa Ltda	Ci 37s # 46ª-74 Tel 4444074	Francisco Hernan	Caja Tipo Exportación	L64cmx64ax64a 500Min c/u 5992 2.996.000	Contado
Late Sport S.A	Autop Med-Bog Km24 Guarne Tel 5510679	Juan Carlos Guarín	Lamina de Látex	1 kl 16.500 + 16% IVA 1.9140	Contado
Etrel	Cra44#46-71	Juan S. Trujillo	Etiquetas Tarjetas	68.000 Min 1000 Unid	Contado
Protela S.A	Ci 32F #76-140 Tel 4110611	M. Paula Orrego	Tela Lycra	1mt 17,270+ IVA16% 20.033,2	Contado
Tecniplas	Ci30a#65a-03 Tel 2652722	Arleny Ochoa	Empaque	Min 1000 Unid 1420 + 16% 1.647,2	Contado
Procesos Prehormados	Ci 7sur#51ª-21 Bdg154 Tel3619905		Preformados copas brasear y otros	Min 1000 Unid 2.000.000	Contado
Sintatex S.A	Ci 8sur #50ff -98Tel 2551111	Eliana Molina	Elásticos en nylon y lycra	1 Carreta Min/mt 90\$ 9.000	Contado
Aceros y Vitrinas de Antioquia	Cr 44 # 38-16 Tel 2328785	Wilmar Uribe	Estantes	1 140.000 + IVA 16% 162.400	Contado

A & Enseres E.U	Cr 65#39-47 Tel 3516610	Jesús Herrera	Modulares	2.550.000	Contado
GRP Marquillas	Cr 68ª #43-06 Int301 Tel 2604911	José Rodríguez	Marquillas	Min 1.000 Unid 81.2\$ C/U 81.200	Contado
Herrajes Hedecop	Cl 10#5b-49 Tel 5770666		Apliques y Demás	500.000	Contado
Trims Co.	Cra 54# 46-40 Tel 3146191590		Herrajes y Apliques	101.000	Contado
Invatex S.A	Cll 53 # 73- 125 Tel 2647013		Cordón grueso de 3 cm	Min. 100 mts 30.000 300	Contado
Mercado Libre	www.mercadolibre.com	Internet	Computador portátil	3 Miniportatil Compad Airllite 100 3g \$1.470.000	Contado
Mercado Libre	www.mercadolibre.com	Internet	Etiquetadora	Textil Plastiflechas \$70.000	Contado
Mercado Libre	www.mercadolibre.com	Internet	Maquina Tiqueteadora	Tiqueteadora de códigos y precios \$35.000	Contado
10:am arquitectura y mobiliario	Calle 76 N 45 A 40. Interior. 201 Tel: 2779237	Carlos Hernán Gómez	Mesa expandible	Mesa expandible enchapas, pino australiano de 2mts x 1mt \$600.000	Contado



4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

ROSA CHA

VIX SWIMWEAR

VICTORIA`S SECRET

XOXO

COCO REEF



4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

Para la investigación del mercado competidor tuvimos en cuenta la imagen de la empresa, el producto, la presentación, los precios y la participación del mercado.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

La investigación la realizamos a través de la consulta en la web respectiva de cada empresa, ya que por ser empresas tan grande cuentan con sitios virtuales completos que brindan la información necesaria, además de entrevistas a los posibles clientes, de acuerdo a las preferencias y gustos de cada uno.

c) Aplicación de la Medios

Los medio se aplicaron en los días entre el 2 de marzo y 15 de marzo de 2011, en las páginas web de cada empresa.

d) Resultados del Estudio de la Competencia



TABLA 10. EMPRESAS COMPETIDORAS DE SWIMWEAR VANITY S.A.S

NOMBRE EMPRESA	DIRECCION	PERSONA CONTACTO	PRODUCTO
ROSA CHA	Rúa Suatá, 807, Villa Olimpia- SO- Brasil CEP 04546-001		Vestido de Baño
VIX SWIMWEAR 	Avenida Nossa Senhora de Copacabana, 647 Sala 1201 Copacabana 22050-002 Rio de Janeiro-RJ	comercial@vixswimwear.com	Vestidos de Baño
VICTORIA'S SECRET 	+1 9374384200 P.O. Box 16589. Columbus, Ohio 43216-6589U.S.A.		Vestidos de Baño
XOXO	13085 East Temple Ave City of Industry, CA 91746	customerservice@xoxo.com	Vestidos de Baño
COCO REEF	Juicy Couture/LCI One Claiborne Ave. – 5N North Bergen, NJ 07047		Vestidos de Baño

VANITY S.A.S
REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución

Nuestro mercado distribuidor está compuesto por distribuidores minoristas a quienes venderemos nuestros trajes de baño y ellos se encargaran de llevarlo al consumidor final. Los distribuidores minoristas se encuentra ubicados en las principales zonas costeras de los Estados Unidos de América las cuales se registraron anteriormente, ellos son reconocidos por la calidad de los productos que ofrece y su especialización en venta de ropa exterior, interior y vestidos de baño a mujeres.

El tipo de distribuidor al cual pretendemos llegar es a los distribuidores dueños de los almacenes locales de las zonas costeras mencionadas de los Estados Unidos, para que de esta manera se nos facilite la llegada de nuestro bañador al cliente final.

Los criterios que consideramos más relevantes son por el pago total por anticipado se le dará al cliente un descuento del 10%, en las condiciones de pago para los clientes que no pagaran de contado serán: un giro por anticipado por el 50% del valor total de la mercancía, y el otro 50% serán cobrados a partir de la los 15 días de haber llegado la mercancía a la bodega del comprador, por ende se le dará un descuento del 3% al comprador animando de esta forma a nuestros clientes a ser



VANITY S.A.S
REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

puntuales con sus pagos para satisfacer tanto nuestras necesidades como la de ellos. El termino de negociación se ofrecerá en FCA ya que consideramos este término es prudente para nosotras que estamos incursionando en este negocio y que no podríamos asumir toda la responsabilidad que los demás términos nos exigen.

4.6.2 Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)

a) Defina las variables que se estudiaron del mercado Distribuidor

Lo que consideramos más importante para la selección de los posibles distribuidores es la imagen que se tiene de ellos en el mercado meta y la cantidad de prendas que pueden comprarnos por tal motivo, además los otros productos que ellos venden similares al nuestro, tienen precios que se ajustan a los estimados que tenemos para nuestro producto.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado distribuidor

Los medios que usamos para seleccionar los distribuidores fueron a través de la página web de cada empresa, donde analizamos el catálogo de ventas, precios y proveedores, además que comentarios de los clientes y el reconocimiento que tiene cada distribuidor en la zona en la que se encuentra.



c) Aplicación de la Medios

Los medio se aplicaron a cada empresa de manera virtual durante las semanas entre el 2 de marzo de 2011 y 15 de marzo de 2011.

d) Resultados del Estudio del mercado Distribuidor

TABLA 11. RELACION DE DISTRIBUIDORES POR ESTADOS



ESTADO	ALMACEN	CENTRO COMERCIAL	DIRECCION	TELEFONO
La Florida	Adrenalina	Te Village at gulfstream park	501 South Federal Highway Hallandale Beach, FL 33009	(954)4577931/ (954)4577913
	Nikki's Beach House		5746 SUNSET DR. SOUTH MIAMI, FL 33143	(305)6627335
	Jolie		1546 South Dixie Hwy, Coral Gables. MIAMI	(305)6674850
	IOS		311 Commodore Plaza. MIAMI	(305)4427166
	CURVES N WAVES		275 Miracle Mile. MIAMI	(305)4421430
	BEALL'S DEPARTMENT STORE		2525 W Anderson Ln Austin, TX 78757	(512)4546871

ESTADO	ALMACEN	CENTRO COMERCIAL	DIRECCION	TELEFONO
California	Swimwear Outlet		10867 W PICO BLVD LOS ANGELES, CA	(310) 4755701

ESTADO	ALMACEN	DIRECCION
Hawaii	TNC	Cizalla, Nave16 P-3 Norte 35118 - Aguines.

ESTADO	ALMACEN	DIRECCION	TELEFONO
New York	MICHAEL FELDMAN INC.	3010 41ST AVE STE 3 LONG ISLAND CITY, NY	(718)4331700
	INTERLINK APPARELS INC.	3915 28TH ST LONG ISLAND CITY, NY <i>REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY</i>	(718)4725900

ESTADO	ALMACEN	DIRECCION	TELEFONO
Texas	CHRISTINA MARIES BOUTIQUE	11510 SPACE CENTER BLVD STE A2 HOUSTON, TX	(281) 9984800
	ANASTASIA D HOYT	7511 Creek Glen Drive Houston, TX 77095-2620	(281)5939875

ESTADO	ALMACEN	DIRECCION	TELEFONO
Oregon	NU BABY	2260 GIBSONWOODS CT NW SALEM, OR	(503)3709279
	EDDIE BAUER INC.	9522 SW WASHINGTON SQUARE RD PORTLAND, OR	(503)6240704

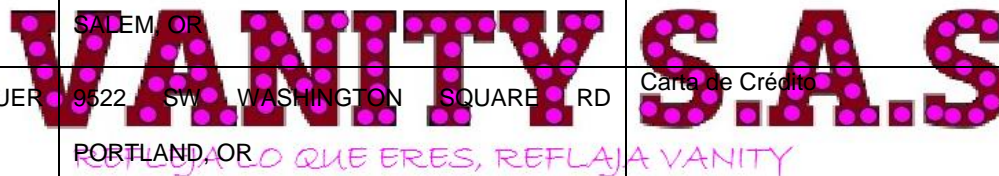
4.6.3 Distribución directa

TABLA 12. RELACION DE DISTRIBUIDORES



NOMBRE	DIRECCION	FORMA DE PAGO
Adrenalina	501 South Federal Highway, Hallandale Beach, FL 33009	Carta de Crédito
Nikki's Beach House	5746 SUNSET DR. SOUTH MIAMI, FL 33143	Carta de Crédito
Jolie	1546 South Dixie Hwy, Coral Gables. MIAMI	Carta de Crédito
IOS	311 Commodore Plaza. MIAMI	Carta de Crédito
CURVES N WAVES	275 Miracle Mile. MIAMI	Carta de Crédito
BEALL'S DEPARTMENT STORE	2525 W Anderson Ln Austin, TX 78757	Carta de Crédito
SWIMWEAR OUTLET	10867 W PICO BLVD LOS ANGELES, CA	Carta de Crédito

TNC	Cizalla, Nave16 P-3 Norte 35118 - Aguiñes	Carta de Crédito
MICHAEL FELDMAN INC.	3010 41ST AVE STE 3 LONG ISLAND CITY, NY	Carta de Crédito
INTERLINK APPARELS INC.	3915 28TH ST LONG ISLAND CITY, NY	Carta de Crédito
CHRISTINA MARIES BOUTIQUE	11510 SPACE CENTER BLVD STE A2 HOUSTON, TX	Carta de Crédito
ANASTASIA D HOY	7511 Creek Glen Drive <hr/> Houston, TX 77095-2620	Carta de Crédito
NU BABY	2260 GIBSONWOODS CT NW SALEM OR	Carta de Crédito
EDIE BAUER INC.	9522 SW WASHINGTON SQUARE RD PORTLAND OR	Carta de Crédito



4.6.4 Manejo de Inventarios

SWIMWEAR VANITY S.A.S. solo usara como inventarios los conocidos como Inventario de Materia Prima que representan existencias de los insumos básicos de materiales que abran de incorporarse al proceso de fabricación de una compañía, ya que se deben mantener en stock materias primas e insumos tales como hebillas, Prehormados, elásticos, herrajes, entre otras, además de

materiales de empaque, embalaje y marcado como cajas tipo exportación, etiquetas, bolsas plásticas, marquillas, entre otras.

Para los insumos y materias primas como telas no se mantendría inventario, debido a que los diseños y estilos cambian constantemente y al estar en inventario podría pasar la temporada y obligarnos a reducir los precios, logrando solo suplir los costos o incluso quedarse sin vender, ocasionando pérdidas para la empresa.

4.6.5 Comunicación

1. El nombre comercial de los productos será:

LINEA START-TEEN Y LINEA STAR-VANITY

2. El producto irá en empaque de broche, el cual es una bolsa plástica de calibre 6 que permitirá la comodidad para nuestras clientes a la hora de guardar y conservar el traje de baño, además cada bolsa tendrá un estampado con el nombre y logo de la empresa que ayudará a nuestra marca a promocionarse.



VANITY S.A.S

REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

GRAFICO 10. DISEÑO DE EMPAQUE DE TRAJE DE BAÑO LINEA

START-TEEN



3. El nombre de la empresa es VANITY S.A.S. Tendrá como colores distintivo:

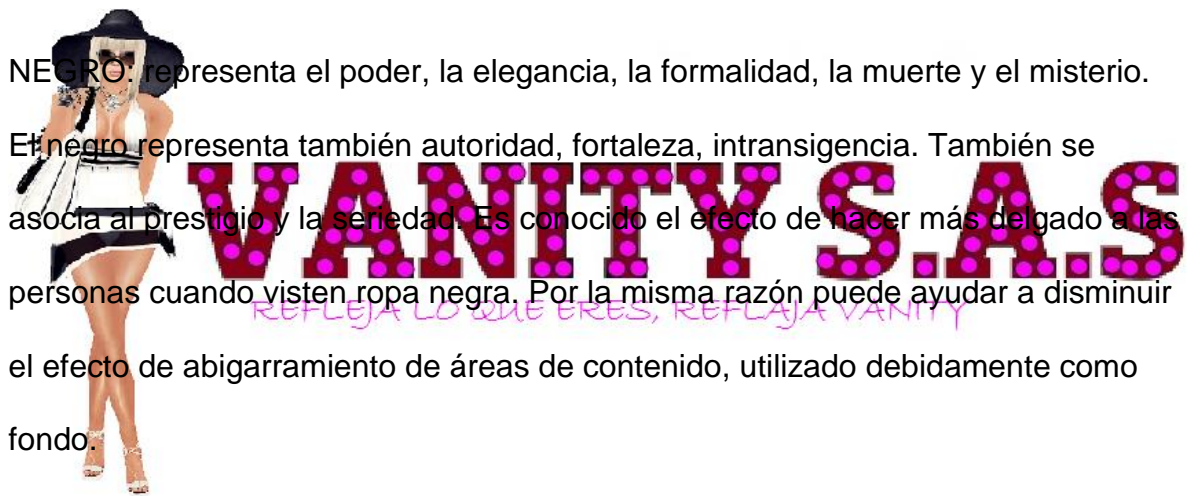
AZUL CLARO: se asocia a la salud, la curación, el entendimiento, la suavidad y la tranquilidad. Representa la lealtad, la confianza, la sabiduría, la inteligencia, la fe, la verdad y el cielo eterno. Se le considera un color beneficioso tanto para el cuerpo como para la mente. Retarda el metabolismo y produce un efecto relajante. Es un color fuertemente ligado a la tranquilidad y la calma. Es adecuado para promocionar productos de alta tecnología o de alta precisión.

NEGRO: representa el poder, la elegancia, la formalidad, la muerte y el misterio.

El negro representa también autoridad, fortaleza, intransigencia. También se asocia al prestigio y la seriedad. Es conocido el efecto de hacer más delgado a las personas cuando visten ropa negra. Por la misma razón puede ayudar a disminuir el efecto de abigarramiento de áreas de contenido, utilizado debidamente como fondo.

LILA: simboliza prosperidad, el éxito en los estudios y la fuerza en el trabajo. Intuición y lucha por el bien.

ROSA: Aprecio, Delicadeza, Femenino, Floral, Gratitud, Inocencia, Romántico, Suave, Tranquilo





4.6.6 Actividades de promoción y divulgación

Para la promoción y divulgación de la marca se usaran las siguientes estrategias

ESTRATEGIA	DESCRIPCION	UNIDADES	PRECIO TOTAL
Catálogo	Con los diseños de cada temporada, colores y tallas disponibles.	28	98.000
video sobre la empresa, producto y sus funciones	Para ser publicado en los lugares donde se vaya a vender el producto.	14	208.400
pendones	Con nombre de la empresa, las marcas y características del	14	490.000

	producto, mostrando la necesidad que satisface.		
P.O.P	Una modelo luciendo el traje de baño.	14	1.050.000
Publicación en revistas de moda	Se encontrara el nombre de la empresa, las marcas, la necesidad que satisface y según el Estado teléfonos de contacto para compra, la publicación se hará mensualmente durante 6 meses.	6	3.000.000
vallas publicitarias	Con características del producto, nombre de la empresa, marcas y necesidad que satisface y lugares de contacto. Por 3 meses consecutivos.	3	24.000.000



VANITY S.A.S
REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

pagina Web	Nombre de la empresa, nombre de las marcas, características del producto, diseños, colores, tallas disponibles, actualidad en moda.	1	350.000
TOTAL SEMESTRE			29.196.400
TOTAL MES			9.732.133.33



4.7 Precios de los Productos

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

Para determinar los precios de los trajes de baño SWIMWEAR VANITY S.A.S., tanto para la Línea START TEEN como START VANITY, se analizaron los factores más influyentes en el mercado, y dichas variables fueron:

Precios de la competencia en el mercado, Costos de Materia Prima, Insumos y Mano de Obra, calidad del proceso de producción, tendencias y exigencias el mercado.

4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

Producto	Costo	Utilidad 50%	Precio
Ref.V001	43.928,23	21.964,12	65.892,35
Ref.V002	43.808,23	21.904,12	65.712,35
Ref.V003	36.984,71	18.492,36	55.477,07
Ref.V004	38.450,31	19.225,16	57.675,47
Ref.V005	38.399,11	19.199,56	57.598,67
Ref.T001	39.646,97	19.823,49	59.470,46
Ref.T002	33.773,00	16.886,50	50.659,50
Ref.T003	41.522,00	20.761,00	62.283,00
Ref.T004	39.821,00	19.910,50	59.731,50
Ref.T005	46.750,00	23.375,00	70.125,00



VANITY S.A.S
REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

4.7.3 Los Precios de los Productos propuestos

Producto	Utilidad 50%	Precio	Precio Propuesto
Ref.V001	0,50	43.928,23	108.829
Ref.V002	0,50	43.808,23	100.334
Ref.V003	0,50	36.984,71	91.122
Ref.V004	0,50	38.450,31	110.882
Ref.V005	0,50	38.399,11	90.780
Ref.T001	0,50	39.646,97	99.942
Ref.T002	0,50	83.773,00	92.614
Ref.T003	0,50	41.522,00	93.044
Ref.T004	0,50	39.821,00	92.976
Ref.T005	0,50	46.750,00	93.500

En el precio propuesto decidimos que lo más conveniente para nuestra empresa es dejar unas utilidades del 50%, se podría decir que es viable para satisfacer nuestras necesidades ya que el costo es bajo y la venta coincide con los precios de venta en los Estados Unidos.

4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

Diseño del Logo de la Empresa	\$ 20.000
Diseño del empaque de la empresa	\$ 20.000
Publicidad y Mercadeo	\$ 9.732.133
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 9.772.133

4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado

Oportunidades y amenazas.

Al hacer el estudio de mercado, detectamos las oportunidades y amenazas que este genera. *REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY*

OPORTUNIDADES: el suplementarle a la mujer estadounidense la necesidad actual que esta presenta en su estima, estética y repercutiendo en su vanidad.

El aprovechar del Tratado de Libre Comercio que está próximo a suscribirse con los Estados Unidos.

Al crear un producto con valor agregado y que aun no existe en el mercado nos da competitividad en innovación que actualmente exigen los consumidores.

AMENAZAS: la que mas afectaría nuestra penetración al mercado meta son nuestros competidores, ya que tienen posicionamiento y experiencia en el mercado.

China ofrece los mejores precios y por ende encontraríamos la dificultad de competir a su nivel de costos.

La posibilidad que otro productor pueda copiar nuestra prenda se convierte igualmente en una fuerte amenaza para nuestra empresa que es nueva en el mercado.

4.10 Plan de ventas



A) Año 1		
Producto	Ventas/Mes	Final Año
Ref.V001	100,00	1.200,00
Ref.V002	100,00	1.200,00
Ref.V003	100,00	1.200,00
Ref.V004	100,00	1.200,00
Ref.V005	100,00	1.200,00
Ref.T001	100,00	1.200,00
Ref.T002	100,00	1.200,00
Ref.T003	100,00	1.200,00
Ref.T004	100,00	1.200,00
Ref.T005	100,00	1.200,00
TOTAL		12.000,00

VANITY S.A.S

REFLEJA LO QUE VENDES, REFLAJA VANITY

B)		
Año	Ventas	Incremento
1	12.000,00	
2	24.000,00	100,00
3	36.000,00	100,00
4	48.000,00	100,00
5	60.000,00	100,00

El incremento en las ventas según las estadísticas del análisis del sector Textil, confección y moda para el año 2.009 – 2.010 se presentó un incremento aproximado del 100%, para el departamento de Antioquia, por lo tanto tomamos este porcentaje para hacer la proyección de ventas en los próximos cinco años, las cuales arrojaron los valores estipulados en el cuadro anterior.



5 ASPECTOS TÉCNICOS

5.1 Objetivos de producción

- ✓ Diseñar trajes de baño con fajas reductoras y moldeadoras que brinden a nuestras consumidoras la satisfacción de usar prendas elaboradas con los más altos estándares de calidad y durabilidad en el tiempo.
- ✓ Utilizar para cada lote producción los mejores insumos y materias primas tanto en calidad como en precio que permita al consumidor final obtener prendas a precios asequibles.



✓ Realizar alianzas con empresas pertenecientes al sector textil, confección, diseño y moda, pero que se especialicen en la producción de prendas que puedan complementar la nuestra como confección de fajas y personas dedicadas a la maquila para llegar de forma competitiva a los consumidores.

VANITY S.A.S

REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

5.2 Descripción del proceso de producción


TABLA 13. PROCESO DE PRODUCCIÓN DE SWIMWEAR VANITY S.A.S.

ACTIVIDAD	DESCRIPCION	RESPON-SABLE	TIEMPO	MAQUINARI A	PERS.
Contratar personal y empresa maquiladora	Escoger la empresa maquiladora que confeccione los trajes de baño, fajas reductoras y moldeadoras y termine el proceso prehormado y el personal adecuado para el funcionamiento de la empresa	Gerente	30 días	Equipo de computo	1
Cotizar y comprar insumos y materias primas	Seleccionar los proveedores que ofrezcan mejor calidad, tiempo, precio y confiabilidad para adquirir la materia prima e insumos requeridos en el proceso productivo del traje de baño.	Jefe de Compras	15 días	Equipo de computo	1
Recepción de la materia prima e insumos	Organizar y separar las materias primas e insumos para su posterior distribución.	Jefe de Compras	1 hora por cada referencia	Equipo de Computo	1



VANITY S.A.S.

REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

<p>Distribuir materias primas e insumos a cada lugar de producción</p>	<p>Al realizar procesos de maquila debemos distribuir los insumos y materias primas a cada lugar y empresa donde se vaya a realizar dicho proceso.</p>	<p>Conductor</p>	<p>2-3 horas</p>	<p>Vehículo</p>	<p>1</p>
<p>Recolectar trajes de baño y fajas reductoras</p> 	<p>En cada empresa tanto donde se confecciono los trajes de baño como las fajas reductoras se recogerán, para luego llevarlas a la empresa especializada en la confección de prendas con fajas reductoras y moldeadoras</p>	<p>Conductor</p>	<p>2-3 horas</p>	<p>Vehículo</p>	<p>1</p>
<p>Recolectar trajes de baño terminado</p>	<p>En la empresa que se realiza en proceso de confección final, se recogerá el producto terminado para ser llevado a la empresa.</p>	<p>Conductor</p>	<p>2-3 horas</p>	<p>Vehículo</p>	<p>1</p>
<p>Realizar Control de Calidad de la</p>	<p>Revisar que cada prenda cumpla con los requisitos</p>	<p>Jefe de Calidad</p>	<p>30 segundos</p>		<p>2</p>

VANITY S.A.S
REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

prenda	de calidad para su exportación		por prenda		
Empacar y etiquetar	Empaque y etiquetado de cada traje de baño con las normas específicas para Estados Unidos.	Producción	1 minuto por prenda	Pistola Etiquetadora y Maquina Tiqueteadora de Precios y Códigos	2
Realizar Control de Calidad de la prenda	Revisar que cada empaque de calidad para su exportación	Jefe de Calidad	30 segundos por empaque		2
Apertura de Carta de Crédito	Hacer la apertura de la carta de crédito para asegurar el pago por parte del importador	Jefe de Comercio Exterior	5 días	Equipo de Computo	1
Contratar Agente de Aduana	Realizara la documentación legal pertinente para la exportación de los trajes de baño a Estados Unidos	Jefe de Comercio Exterior	2-3 días	Equipo de Computo	1
Transportar Internamente la	Se embala la mercancía en cajas y luego en pallets	Conductor	2-3 horas	Vehículo	1



mercancía	certificados por el ICA, tal como lo exige Estados Unidos y se ubican dentro del camión para ser transportado a la empresa embarcadora, ya que realizaremos una exportación consolidada.				
Pagar de empresa Embarcadora	Cancelar todos los medios de transporte que se generen para el envío de la mercancía hasta donde termine la responsabilidad como lo indica el termino de negociación (FCA)	Secretaria	1 día	Equipo de Computo	1
Envío de documentos al banco	Enviar al banco los documentos que requiera para hacer efectiva la carta de crédito (Documento de transporte, factura comercial)	Mensajero	1 hora	Moto	1
Confirmación de pago	Recibir el informe de pago de la mercancía por parte del banco emisor.	Jefe de Comercio Exterior	1 hora	Equipo de Computo	1



Según la tabla anterior, se muestra que el proceso productivo de SWIMWEAR VANITY S.A.S, cuenta con una alta influencia de otras empresas con las cuales se realiza una alianza, pues se busca que la compañía logre ofrecer productos de la mejor calidad, pero a su vez de forma competitiva ya que se conoce la importancia de este factor para el desarrollo económico y financiero de la empresa.

5.3 Capacidad de producción

SWIMWEAR VANITY S.A.S realizara sus procesos de manufactura a través de maquila, contratada con CELEMARK e INCOMARK, ubicadas en el Oriente antioqueño, cada una de las empresas tiene una capacidad de producción de máximo 24.000 prendas mensuales, pero se tuvo en cuenta que ambas maquiladoras tienen en la actualidad contratos con diferentes empresas dedicadas a la confección de trajes de baño y ropa interior, por tal motivo la producción disponible para nuestra empresa será inicialmente de 2.000 prendas mensuales entre las dos empresas y aseguran que al incrementar las ventas por parte de SWIMWEAR VANITY S.A.S, ellos podrán aumentar esta capacidad hasta suplir lo que se les demande.



VANITY S.A.S

5.4 Plan de Producción

TABLA 14. PRODUCCION PARA CADA PRODUCTO Y
CADA PERIODO DE EVALUACION

PRODUCTO	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT/	OCTUBRE
REF. TEEN	1000 unidad	1000 unidad	1000 unidad	1000 unidad	1000 unidad	1000 unidad
REF. VANITY	1000 unidad	1000 unidad	1000 unidad	1000 unidad	1000 unidad	1000 unidad

Se considera una producción de 1.000 Unidades por referencia de producción y exportación, pues como mencionamos anteriormente ellos importan US\$1.133.000

REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

% (US\$20)= 56.650 Unidades anuales % 12 meses= 4.720 Unidades mensuales, por esta razón buscamos realizar exportaciones de 1.000 unidades mensuales, a Miami y a Los Ángeles, para que de allí sean distribuidos a las ciudades de La Florida (Miami y Orlando), New York (Long Island), Texas, Hawái, Oregón, según su ubicación en el Este u Oeste del País.

Esta información es proporcionada por las evidencias expresadas en la demanda del mercado objetivo, además por ser los primeros meses que se realiza la exportación del producto, las ventas no serán mayores, se debe esperar que el producto penetre el mercado y sea reconocido para aumentar tanto la producción

como exportación de este, por otro lado la empresas con las cuales se contratara la maquila, ofrecen esta cantidad de confección en unidades, cuando se requiere el aumento de unidades para la venta se buscaran otras empresas que nos presten el mismo servicio y que ayuden a mejorar a cantidad de oferta de la empresa, pero esto por el momento no es necesario.

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 Locaciones

Para realizar nuestra empresa SWIMWEAR VANITY S.A.S. se arrendará un local ubicado en el Departamento de Antioquia, ciudad de Medellín, Valle de Aburrá, Área Metropolitana, sector El Hueco, entre La Peatonal y Carabobo, por la Carrera

52. El local tendrá un costo de dos millones pesos (2.000.000 pesos)

Tendremos esta ubicación, ya que en este sector se encuentra una alta cantidad de nuestros proveedoras, además es un lugar central, donde muchas compañías pertenecientes a la industria textil, confección, diseño y moda se encuentran, sin dejar a un lado los bajos costos de servicios públicos.

Necesitaremos contar con un área de aproximadamente 32,5 metros cuadrados (8 metros con 30 centímetros por 4 metros).

El local tendrá las siguientes adecuaciones para el proceso de producción:

1 mesa convertible para el control de calidad, empaque y etiquetado. 9 estantes de 2 metros por 0.90 metros 0.30 metros, con 6 niveles de entrepaños.

TABLA 15. RELACION PARA ADECUACIONES DEL LOCAL

PRODUCTO	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO
Mesa Expandible	1	10 Am Arquitectos y mobiliarios	600.000
Cubículos	3	Aceros y Vitrinas de Antioquia	2.550.000
TOTAL			3.150.000

La tabla a como resultado el valor monetario que debemos tener al momento de comprar y realizar las adecuaciones del local, que sería de 2.715.000 pesos, el cual será adquirido antes del tiempo de remodelación.

5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

TABLA 16. RELACION PARA MAQUINARIA, EQUIPOS, MUEBLES Y
ENSERES PARA LA PRODUCCION

MAQUINARIA/ EQUIPO/ MUEBLE/ENSER	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO	
			UNITARIO	TOTAL
Estantes de 2x0.80x0.80 mts y 6 niveles de entrepaños	9	Mercado Libre	135.000	1.215.000
Pistola Etiqueta	2	Adornos Doña Rosa	35.000	70.000
Maquina Tiqueteadora de Precio y Códigos	1	Mercado Libre	39.000	39.000
TOTAL				1.324.000

El área de producción solo contara con una inversión mínima en su material de trabajo, por lo que se ha explicado durante el trabajo que la empresa VANITY

S.A.S. no se encargara de producir propiamente, sino que contratara empresas que le maquilas, generando una reducción en la inversión de maquinaria para el funcionamiento de la empresa.

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

TABLA 17. MATERIALES E INSUMOS PARA PRODUCCION

MATERIA	DESCRIPCION	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO
PRIMA INSUMO				
Tarjetas y etiquetas mas diseños gráficos	Etiquetas con Instrucciones de Lavado y Nombre de la Empresa en cada prenda.	1.000	EIFFEL Litografía- Tipografía	68.000 68
Marquillas	El logo de la empresa, plasmado en un botón metálico	1.000 Unidades	GRP Marquillas	81.200 81.2

Botones	Según el diseño serán en madera, metal, plástico.	1.000 unidades	Invatex	33.666.67 33.66
Látex	En micro fibra en composición del 86% nylon y 14% de elastano, látex 100%	30 kilos	Latexport S.A	574.200 Descuento con Pago de Contado 2% 562.716
Telas	Tela unicolor Blanco	15 mts	Protela S.A	300.495 6.666,67
Telas	Tela unicolor Negra	15 mts	Protela S.A	300.495 6.666,67
Telas	Tela unicolor Azul	15 mts	Protela S.A	300.495 6.666,67
Telas	Tela unicolor Café	15 mts	Protela S.A	300.495 6.666,67



VANITY S.A.S

REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

Telas	Tela unicolor Morado	15 mts	Protela S.A	300.495 6.666,67
Telas	Tela unicolor Fucsia	15 mts	Protela S.A	300.495 1.335,53
Telas	Tela estampada con bolas café	360 mts	Protela S.A	11.325.312 10.486,4
Telas	Tela estampada con bolas Negras	360 mts	Protela S.A	11.325.312 10.486,4
Telas	Tela estampada con bolas Fucsia	360 mts	Protela S.A	11.325.312 10.486,4



VANITY S.A.S
REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

Telas	Tela estampada con cuadros Rojos	360 mts	Protela S.A	11.325.312 10.486,4
Telas	Tela estampada con flores fucsia	360 mts	Protela S.A	11.325.312 10.486,4
Telas	Tela estampada con Zebra	360 mts	Protela S.A	11.325.312 10.486,4
Hilo	1 carrete de 500 metros de color café			200
Hilo	1 carrete de 500 metros de color negro			200
Hilo	1 carrete de 500 metros de color blanco			200



VANITY S.A.S

REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

Hilo	1 carrete de 500 metros de color azul			200
Hilo	1 carrete de 500 metros de color morado			200
Empaque	Bolsa calibre 6 con solapa de 10 cm, largo 47 cm por ancho 17 cm, estampada con el logo de la empresa y broche en color	1.000 unidades	Tecniplast Ltda.	1.647.000 1.647
Prehormados	Prehormado de las copas del brasear del vestido de baño y sus costuras	1.000 unidades	Procesos Prehormados S.A	2.000.000 2.000



VANITY S.A.S

REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

Herrajes	Será en metal con la marca de la empresa.	1.000 unidades	Herrajes Hedecop	500.000 500
Corsetería	En metal y con algodón	1.000 unidades	Herrajes Hedecop	20.000 20
Hebillas	Según el diseño serán en madera, metal, plástico.	1.000 unidades	Herrajes Hedecop	33.666.6 33.66
Apliques	Dependerá del diseño, color, serán el algodón, seda, tela.	1.000 unidades	Herrajes Hedecop	33.666.67 33.66
Cintas	Elásticas o no elásticas de diversos colores y grosores, según el diseño	100mt	Sintatex S.A	9.000 90



VANITY S.A.S
REFLEJA LO QUE ERAS, REFLEJA VANITY

Elásticos	Para el uso en la confección de trajes de baño y ropa interior.	100mt	Sintatex S.A	9.000 90
Ruedos	Elásticas o no elásticas de diversos colores y grosores según el diseño	100mt	Sintatex S.A	9.000 90
TOTAL				79.616.092,73

La tabla anterior refleja el cuidado que se tuvo al analizar todos los materiales e insumos necesarios para la producción, al igual se consideró las mejores opciones que nos brindaron los proveedores en cuanto a precio, formas de pago, descuentos, calidad y responsabilidad de los tiempos de entrega.

5.5.4 Requerimientos de servicios.

TABLA 18. RELACION DE SERVICIOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCION

SERVICIO	DESCRIPCION	PROVEEDOR	PRECIO
MAQUILA	Es el servicio de tercerización del proceso de producción, para la confección de los trajes de baño con fajas moldeadoras y reductoras.	Incomark Celemark	



VANITY S.A.S


REFLEJA LO QUE ERES. REFLAJA VANITY

Luego del análisis, se determinó que el servicio necesario para proceso productivo de la empresa, es solo la maquila.

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

DEPTO	PLANEAR	ORGANIZACION	DIRECCION	CONTROL
 <p>GERENCIA</p>	<p>Realizar los objetivos y metas a cumplir en la organización periódicamente</p>	<p>Señalar a cada departamento el objetivo que le corresponde para alcanzar el objetivo general, además de recursos necesario para el logro del mismo.</p>	<p>Hacer entrega de los objetivos a cumplir a cada sección que correspondá.</p>	<p>Llevar periódicamente revisiones de lo que se ha llevado a cabo para verificar el cumplimiento de los objetivos y metas.</p>
<p>COMERCIO</p>	<p>Diseñar estrategias de ventas Internacionales y metas de las mismas por periodos.</p>	<p>Designación de responsabilidades para lograr el aumento de ventas</p>	<p>Dar a conocer la designación realizada previamente para llegar a la meta.</p>	<p>Plantear metas de incremento de ventas entre el 5% y 10% trimestral, verificando el cumplimiento antes del plazo, con la opción de realizar medidas correctivas.</p>

VANITY S.A.S
REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

<p>COMPRAS</p>	<p>Adquirir materias primas con la mejor calidad, precio y puntualidad en entrega, manteniendo bajos los costos.</p>	<p>Realizar las actividades necesarias para continuar con los costos bajos, pero con alta calidad, y si requiere atribuir responsabilidades</p>	<p>Enseñar al personal pertinente las actividades a desarrollar, motivando para el cumplimiento de la planeación.</p>	<p>Señalar rangos de compromiso para los proveedores, y así conocer los que son competentes para la empresa y corregir los desvíos que se presenten.</p>
<p>RECURSOS HUMANOS</p>	<p>Métodos para tener un ambiente propicio para los empleados y el cumplimiento de los deberes de ellos.</p>	<p>Seleccionar las estrategias de cada equipo para conjuntamente ir en PRO de ellas, mejorando la calidad laboral de cada uno.</p>	<p>Mostrar e instruir al personal en las estrategias seleccionadas en cada departamento .</p>	<p>Llevar al periódicamente revisiones de lo que se ha llevado a cabo para verificar el cumplimiento de los objetivos y metas.</p>



VANITY S.A.S

REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

<p>FINANZAS</p> 	<p>Diseño de estrategias para maximizar utilidades y minimizar los gastos y el endeudamiento</p>	<p>Delegar a cada jefe de departamento la función necesaria para el control financiero de la empresa.</p>	<p>Transferir la información a las personas idóneas para que ellas se dispongan a ejecutarlas.</p>	<p>Proyectar reducciones de deudas y gastos exógenos de 1% a 5% anual, verificando el cumplimiento trimestralmente, con la opción de realizar medidas correctivas.</p>
<p>MERCADEO</p> 	<p>Mostrar las formas de dar a conocer la empresa y sus marcas, apoyando el área Comercio Exterior</p>	<p>Realizar actividades para la consecución de formas diseñadas para el mercadeo de los productos, designando a los cargos correspondientes lo que debe realizar.</p>	<p>Proporcionar a cada cargo designado la actividad que se haya asumido, logrando el conocimiento pleno del mismo.</p>	<p>Desarrollar aumentos entre el 3% y 5% trimestral del cumplimiento de objetivos, verificando al mes y medio para subsanar en caso de desviaciones.</p>

PRODUCCION	Un Proceso Productivo limpio, con un porcentaje de error máximo de 2%.	Asignar responsabilidades y actividades a los diferentes cargos para el logro del proceso productivo limpio.	Comunicar a los empleados la estrategia a usar y capacitarlos para logro de la meta.	Tener como medida de desempeño un margen de error de 0% a 2% mensual, verificando la aproximación a 0%.
-------------------	--	--	--	---

6.1.2 Procesos administrativos externalizados



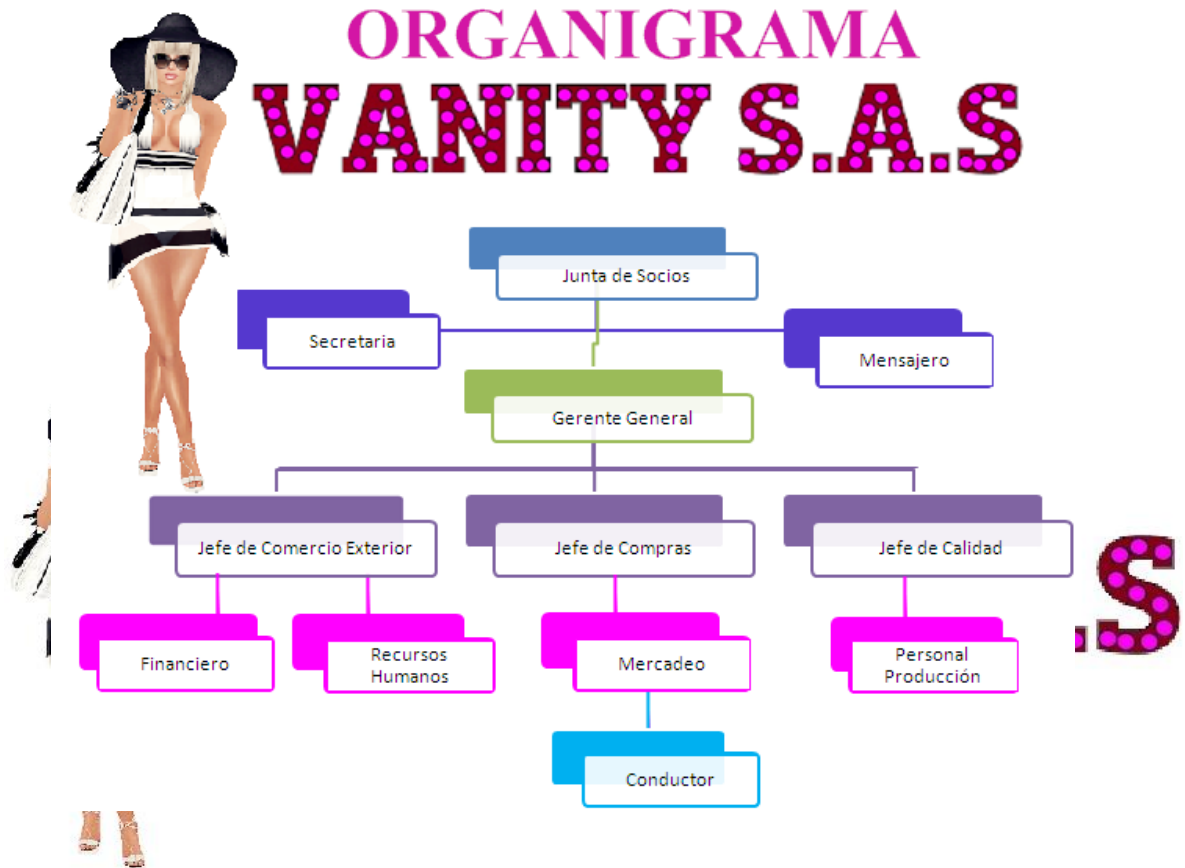
VANITY S.A.S

TABLA 19. PROCESO ADMINISTRATIVO CON TERCEROS

PROCESO ADMINISTRATIVO	PROVEEDOR DE SERVICIO	DE TIEMPO DE ENTREGA	DE COSTO ESTIMADO
CONTABILIDAD	ARC Contadores Públicos LTDA.	8 días.	\$250.000
TOTAL			250.000

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama



6.2.2 Descripción funcional de la Organización

JUNTA DE SOCIOS: Es el máximo dirigente de la empresa, está compuesto por Sandra Milena Vanegas Tejada y Laura Carolina Álvarez Restrepo, las cuales son las fundadoras de la SWIMWEAR VANITY S.A.S, ellas como integrantes de la JUNTA DE SOCIOS DEBEN:

Fijar los salarios de los empleados de la empresa.

Adoptar los estatutos de la sociedad y cualquier reforma que a ellos se introduzca. Examinar, aprobar, improbar y fenecer las cuentas y balances de fin de ejercicio. Decidir sobre la capitalización o distribución de utilidades de acuerdo con las leyes que rijan para las empresas industriales y comerciales del Estado.

Constituir las reservas o fondos e incrementar los que estime conveniente, de acuerdo con las normas legales sobre la materia, y disponer sobre su destinación o inversión según el caso; Decretar aumentos de capital; Aprobar o improbar las cuentas finales de la liquidación de la sociedad y dar el finiquito del caso al liquidador. Señalar la remuneración de los miembros de la Junta Directiva para sus reuniones y comités que la sociedad establezca y en que ellos participen; Las demás que le correspondan como supremo organismo directivo de la sociedad.



VANITY S.A.S

REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

GERENTE GENERAL: Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.

Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos.

Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente.

Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes corporativos y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.

Planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa.

Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.

Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.

Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos. Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un

líder dentro de ésta. Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias. Coordinar con el Ejecutivo de

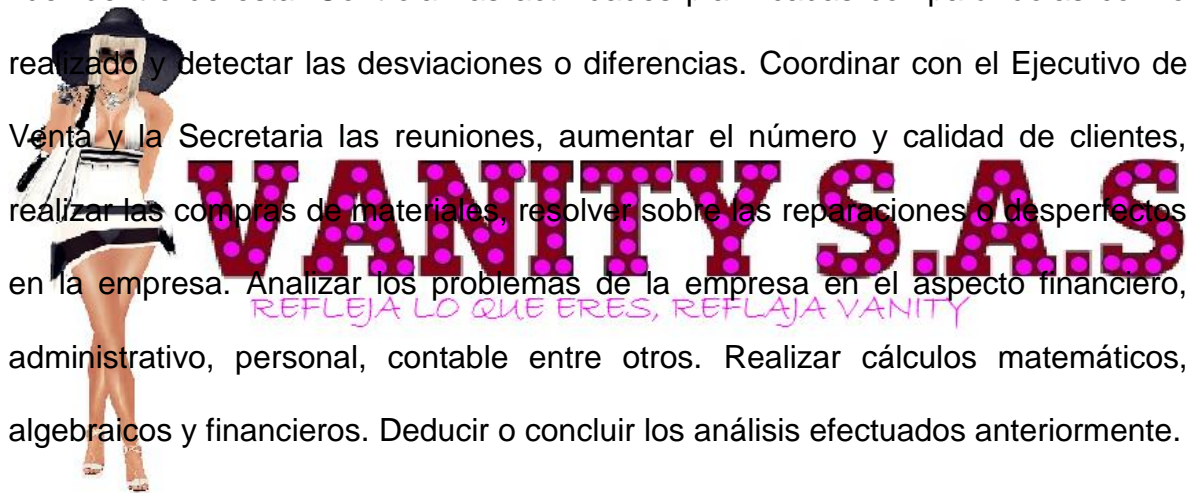
Venta y la Secretaria las reuniones, aumentar el número y calidad de clientes, realizar las compras de materiales, resolver sobre las reparaciones o desperfectos

en la empresa. Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros. Realizar cálculos matemáticos,

algebraicos y financieros. Deducir o concluir los análisis efectuados anteriormente.

Actúa como representante legal de la empresa.

Es responsable ante los accionistas, por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, junto con los demás gerentes funcionales planea, dirige y controla las actividades de la empresa. Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales de la organización.



Actúa como soporte de la organización a nivel general, es decir a nivel conceptual y de manejo de cada área funcional, así como con conocimientos del área técnica y de aplicación de nuestros productos y servicios.

Es la imagen de la empresa en el ámbito externo e internacional, provee de contactos y relaciones empresariales a la organización con el objetivo de establecer negocios a largo plazo, tanto de forma local como a nivel internacional.

Su objetivo principal es el de crear un valor agregado en base a los productos y servicios que ofrecemos, maximizando el valor de la empresa para los accionistas.

Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.

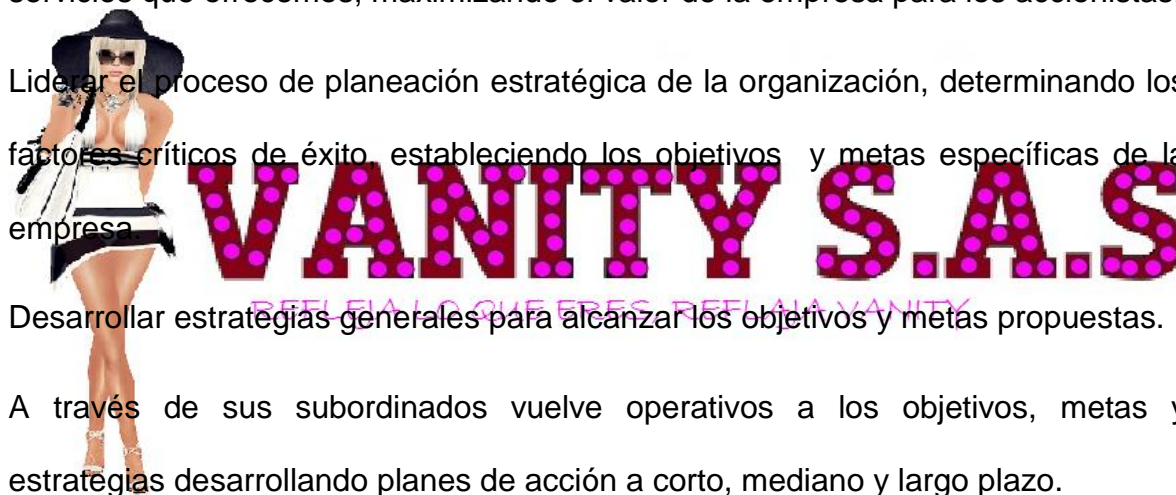
Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.

A través de sus subordinados vuelve operativos a los objetivos, metas y estrategias desarrollando planes de acción a corto, mediano y largo plazo.

Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles.

Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción.

Preparar descripciones de tareas y objetivos individuales para cada área funcional liderada por su gerente.



Definir necesidades de personal consistentes con los objetivos y planes de la empresa.

Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades.

Ejercer un liderazgo dinámico para volver operativos y ejecutar los planes y estrategias determinados.

Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente a los individuos y grupos organizacionales.

Medir continuamente la ejecución y comparar resultados reales con los planes y estándares de ejecución (autocontrol y Control de Gestión).

Otras actividades

Supervisa constantemente los principales indicadores de la actividad de la empresa con el fin de tomar decisiones adecuadas, encaminadas a lograr un mejor desempeño de la empresa.

Mantiene contacto continuo con proveedores, en busca de nuevas tecnologías o materias primas, insumos y productos más adecuados.

Decide cuando un nuevo producto ha de ingresar al mercado.

Se encarga de la contratación y despido de personal.

Está autorizado a firmar los cheques de la compañía, sin límite de monto.

Cualquier transacción financiera mayor como obtención de préstamos, cartas de crédito, asignación de créditos a clientes, etc. deben contar con su aprobación.

MENSAJERO: debe ser propietarios de una motocicleta, velar por el adecuado mantenimiento y funcionamiento de la misma.

Acudir a Bancos para realizar consignaciones, pagos, cambios de cheques y Además actividades relacionadas con entidades Bancarias.

Hacer traslado de efectivo a los Bancos cuando sea necesario.

Responder por el dinero, cheques, libros, archivos, maquinaria, equipos, muebles y enseres

Reparto de cartas, informes o volantes urgentes cuando se presente el caso.

Acatar órdenes del Consejo de Administración, Gerencia y Secretaria.

Realizar todas las diligencias que tenga que ejecutar dentro y fuera de la Empresa.

Realizar tareas que le sean asignadas por su jefe inmediato y así garantizar un trabajo de calidad.

SECRETARIA: Atender correos electrónicos, teléfono y fax, entrega de documentos a los departamentos, llevar archivo, llevar control de actividades gerenciales, realizar, controlar y justificación de pagos varios, elaborar solicitud y requisición de cheque, dar uso adecuado a equipo asignado, llevar control de caja menor.

Manejar control de archivo de gerencia, no proporcionar información confidencial sin autorización del gerente de planta, asistir a juntas al ser requerido.



VANITY S.A.S
REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

JEFE DE COMERCIO EXTERIOR: Mantener información actualizada sobre las reglamentaciones, convenios y normas del derecho comercial internacional, que guarden relación con el movimiento comercial de nuestro país; así mismo, conservar un archivo actualizado con las leyes y otras disposiciones nacionales que afecten el comercio exterior.

Diseñar y recomendar estrategias y políticas comerciales teniendo en cuenta las situaciones que se presentan en el desempeño de nuestro comercio exterior.

Coordinar, dirigir y controlar las actividades en materia de exportación e importación de la empresa.

Interpretar adecuadamente las oportunidades, amenazas, comportamientos de los mercados internacionales a fin de conllevar a la empresa a ser competitiva y garantizarle una penetración en los mercados foráneos que les permitan ofrecer sus productos que satisfagan las necesidades que los consumidores de esos países demandan.

Tener conocimientos de las variables macroeconómicas del país y el exterior que le permita tener dominio del Mercado Nacional, Capacidad de hacer frente a la competencia. Analizar y evaluar resultados de las Políticas y metas de Organizaciones Empresariales y su impacto social.

Diseño de marketing social y político de la empresa, tomar de decisiones estratégicas en todas las áreas relacionadas con el análisis y desarrollo de proyectos internacionales dentro de la organización.




Debe competir en un mundo globalizado.

Gestionar los servicios de aduanas y transporte de entrada de los clientes de acuerdo al plan de ventas.

Gestionar las operaciones de aduanas y transporte de entrada de los clientes y tarifas establecidas.

Mantener una relación operativa y comercial con los clientes actuales en busca de nuevas oportunidades de negocios.

Monitorear el personal a cargo en el desarrollo eficiente de su trabajo.

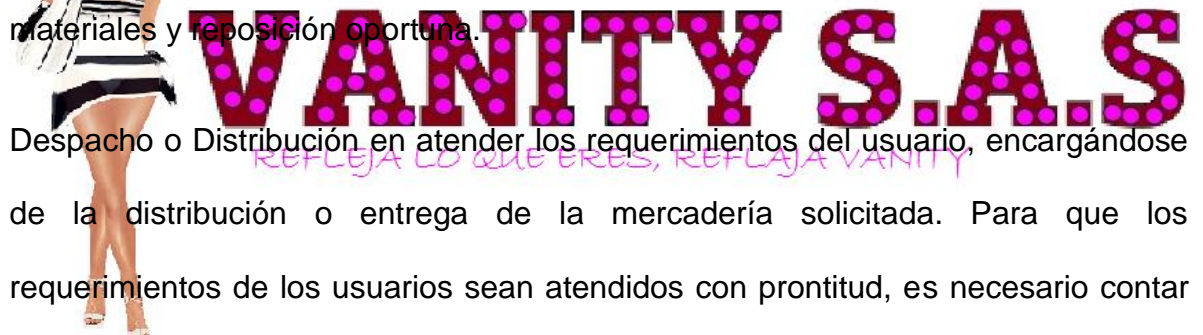
 JEFE DE COMPRAS: Calcular las necesidades, actividad propia del planeamiento logístico. Las necesidades de abastecimiento involucran todo aquello que se requiere para el funcionamiento de la empresa, en cantidades específicas para un determinado período de tiempo, para una fecha señalada, o para completar un determinado proyecto.

Comprar y adquirir materiales en las cantidades necesarias y económicas, en la calidad adecuada al uso al que se va a destinar, en el momento oportuno y al precio total más conveniente, Mantener la continuidad del abastecimiento, Pagar precios justos, pero razonablemente bajos por la calidad adecuada, mantener existencias económicas compatibles con la seguridad y sin prejuicios para la empresa, evitar deterioros, duplicidades, desperdicios, etc., buscando calidad adecuada, buscar fuentes de suministros, alternativas y localizar nuevos productos y materiales, mantener costos bajos en el departamento, sin desmejorar la

actuación, estudiar e investigar nuevos procedimientos continuamente, preocuparse por la permanente capacitación del personal y, mantener informado al gerente de logística o gerente general acerca de la marcha del departamento.

Obtención del pedido y contribuir a la continuidad de las actividades, evitando demoras y paralizaciones, verificando la exactitud y calidad de lo que se recibe.

Almacenamiento, ubicación o disposición, así como la custodia de todos los artículos del almacén, que es la actividad de guardar artículos o materiales desde que se producen o reciben hasta que se necesitan o entregan., Control de la exactitud de sus existencias, mantenimiento de la seguridad, conservación de los materiales y reposición oportuna.



Despacho o Distribución en atender los requerimientos del usuario, encargándose de la distribución o entrega de la mercadería solicitada. Para que los requerimientos de los usuarios sean atendidos con prontitud, es necesario contar con el embalaje o empaque para asegurarnos que las cantidades y calidades de los artículos o materiales sean correctas. Es igualmente importante en esta función asegurar el control de la exactitud de los artículos que se despachan, así como la rapidez de su ejecución para cumplir con los plazos solicitados.

Control de Stocks plantear el asegurar una cantidad exacta en abastecimiento en el lugar y tiempo oportuno, sin sobrepasar la capacidad de instalación. Con un control preciso y exacto se garantiza un control efectivo de todos los artículos de abastecimiento.

Utilización de Desperdicios con el fin de tomar las medidas más ventajosas para la empresa.

Importancia de la función de Compras, aprovisionamiento existe a partir del momento en que un objeto o servicio debe ser buscado fuera de la empresa, proporcionar un flujo interrumpido de materiales, suministros, servicios necesarios para el funcionamiento de la organización, mantener las inversiones en existencias y reducir las pérdidas de éstos a un nivel mínimo, mantener unas normas de calidad adecuadas, buscar y mantener proveedores competentes, normalizar los elementos que se adquieren, comprar los elementos y los servicios necesarios al precio más bajo posible, mantener la posición competitiva de la organización, conseguir los objetivos del aprovisionamiento procurando que los costos administrativos sean los más bajos posibles.



VANITY S.A.S
REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

Aprovisionamiento Organizar a las empresas para conseguir estos objetivos es difícil porque no sólo hay que tener en cuenta las necesidades internas, sino también las del mundo exterior. Tanto el departamento de aprovisionamiento como el tráfico de materiales tienen un contacto directo en el mercado y han de responder a su solución. La tarea fundamental del gerente de abastecimiento consiste en localizar fuentes confiables y progresivas de suministros, asegurar y mantener su cooperación e interés.

Mantener la continuidad de abastecimiento, la calidad adecuada de los artículos a adquirirse, localización de nuevos productos, materiales y fuentes de suministros.

JEFE DE CALIDAD: Recibir especificaciones y cambios de los mismos.

Verificar las segundas con el cliente interno

Verificar problemas de medida de acuerdo a patrones

Verificar que todos los documentos se estén utilizando correctamente.

Verificar indicadores de calidad y llevar a cabo un plan para corregirlos.

Verificar desglose de segundas y graficas semanales con supervisores de calidad de cada línea.

Apoyar a los supervisores de calidad cuando lo requieran.

Aprobar o rechazar cortes en línea.

Proporcionar el equipo necesario

Cumplir con las metas establecidas referente al porcentaje de calidad.

Verificar que la documentación corresponda a las actividades.



VANITY S.A.S
REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

CONDUCTOR: Debe ser propietario un vehículo de transporte, velar por el mantenimiento y buen funcionamiento del mismo, para así dar apoyo a las áreas de producción y administrativa, para facilitar las entregas, despachos, compras y desplazamiento de materiales e insumos requeridos para cumplir con el objeto social de la empresa.

PERSONAL DE PRODUCCION: Cumplir con la producción Programada en tiempo, cantidad, Calidad y bajo costo.

Verificar que los materiales que se va a utilizar sean los Correctos

Apoyo al departamento de calidad a prevenir y reparar Fallas.

Supervisar las funciones de los subordinados.

Verificar que los cortes que Procesa la línea sean correctos Actividades

Solicitar al mecánico a reparar la maquina más urgente.

Entregar cortes completos.

Reportar maquinas descompuestas.

Dar seguimiento a los bultos y/o piezas que se transfiera de su línea a otra línea.

6.3. Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1. Locaciones

VANITY S.A.S iniciará con un local arrendado que cumpla con un área necesaria para la comodidad de todos sus empleados, además del espacio necesario para los procesos productivos de la empresa, y que cuente con un espacio para ser usado como bodega. Este local debe abastecer los siguientes requisitos: ancho mínimo del local 3,11mts, largo mínimo 5mts y que incluya un espacio amplio para ser usado como bodega de almacenaje. Una vez encontrado el local se adecuará de la siguiente forma: se deben hacer tres(3) cubículos de los cuales el primero será para la secretaria debe estar ubicado en la entrada principal y muy visible para que atienda a toda persona que solicite nuestros servicios o nosotros el de ellos, los otros dos(2) cubículos estarán al fondo de la entrada principal donde laboraran los dos ejecutivos que se encargaran del funcionamiento de la empresa,



VANITY S.A.S

también contara con una sala de espera, al otro extremo de la empresa se ubicara la mesa convertible que nos ayudara a ahorrar espacio esta será para terminar con el proceso de producción, luego estará el baño y una bodega donde se almacenara la mercancía lista para la exportación y para finalizar se requerirá de una cocineta pequeña para los empleados. Para este proceso le solicitamos la ayuda a un amigo que tiene su empresa de textiles en el sector el hueco, el cual nos asesoro y nos dio las cotizaciones por teléfono, la cotización más económica del arriendo de este tipo de local es de 2'000.000 pesos mensuales.



6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

TABLA 20. RELACION EQUIPO, SOFTWARE, MUEBLES, ENSERES DE NECESARIOS PARA LA ADMINISTRACIÓN

EQUIPO/SOFTWARE/MUEBLES/ENSERES	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO	TOTAL
Equipo Computo	3	Mercado Libre	490.000	1.470.000
Archivador	1	Archivador + Escritorio	135.000	135.000
Cubículo de Oficina	3	A & Enseres E.U		2.550.000
Silla de Oficina	3	Makro	70.000	210.000
Teléfonos	3	Mercado Libre	23.900	71.700
Fax	1	Mercado Libre	67.000	67.000
Impresora Multifuncional HP F4180	1	Mercado Libre	140.000	140.000
Mueble	1	Mercado Libre	160.000	160.000
Combo de Extintores y equipo de Primero Auxilios	2		40.000	80.000
Señalización	4		2.000	8.000
TOTAL				2.566.700

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

TABLA 21. RELACION MATERIA PRIMA, INSUMO
NECESARIOS PARA LA ADMINISTRACIÓN. INVERSION INICIAL

MATERIA PRIMA/ INSUMO	DESCRIPCION	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO
Resma	Hoja tamaño carta, blanco polar de alto rendimiento por 500 hojas.	1	Papelería Moderna	9.000
Grapadora	Máquina para engrapar hojas	3	Papelería Moderna	9.000
Ganchos para Grapadora	Grapas estándar para la grapadora color plateado por 1000 unidades.	6	Papelería Moderna	18.000
Cartucho de tinta negra	Cartucho de tinta color negro marca HP.	1	Punto de la Impresora	85.000
Cartucho tinta Color	Cartucho de tinta de color marca HP.	1	Punto de la Impresora	88.000
Perforadora	Máquina que haga 2 perforaciones.	3	Papelería Moderna	12.000

MATERIA PRIMA/ INSUMO	DESCRIPCION	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO
Lapiceros	Marca Paper Mate color negro retráctil.	12	Papelería Moderna	5.000
Factureros	Con hojas de copia para contabilidad, comprador y vendedor, por 100 hojas.	5	Papelería Moderna	20.000
Sobres	Tamaño carta color blanco por 500 unidades	2	Papelería Moderna	14.000
Carpeta Legajadora	Tamaño carta, color marrón por 500 unidades	1	Papelería Moderna	10.000
Legajadores	Metálicos por 500 unidades con su respectivo asegurador	1	Papelería Moderna	25.000
TOTAL				295.000
TOTAL MES				98.333,33



VANITY S.A.S.

REFLEJA LO QUE ERES, REFLEJA VANITY

Se calcula que los materiales tales como la resma, ganchos para grapadora, cartucho de tinta negra y de color tengan una duración de 3 meses, es decir, después de la inversión inicial, se continuaran demandando trimestralmente.

Los Factureros, Sobres, Carpeta Legajadora y legajadores, se estima que tengan una duración de 6 meses aproximadamente.

Los lapiceros al ser comprados por cajas se espera que tengan un rendimiento de 12 meses.



6.3.4 Requerimientos de servicios.

TABLA 22. RELACION DE SERVICIOS NECESARIOS PARA LA ADMINISTRACIÓN

SERVICIO	DESCRIPCION	PROVEEDOR	PRECIO
VIGILANCIA	Es un servicio pago por todos los locales del sector.	Seguridad Privada	40.000
SEGUROS	Contra incendio, saqueo, robo.	Colseguros	3.000.000/12= 250.000
MANTENIMIENTO	Anual para los equipos de Computo	Luis Henao Gil	30.000 por equipo de computo (7.500)
AGUA	Para satisfacer las necesidades de las personas encargadas de la producción y administración de la empresa	EPM	65 POR M3 85.000
LUZ	Funcionamiento del Equipo de Computo e iluminación del local.	EPM	90.000
COMUNICACIÓN	Realizar y recibir llamadas, correos electrónicos y fax, a través de un paquete de acceso a internet por 4 MG y telefonía ilimitada	UNE	129.400
TOTAL			376.900

6.3.5 Requerimientos de personal

TABLA DE REQUERIMIENTOS DE PERSONAL ADMINISTRATIVO											
SHIMMEAR VANITY S.A.S.											
CARGO	DESCRIPCION	PERFIL	SALARIO B. ↓	SEGURIDAD SOCIAL	PRESTACIONES SOCIALES	APORTES PARAFISCALES	S. TRANSPORTE	TOTAL MES			
Gerente General	Definir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo. Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de esta. Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.	Administrador de empresas o negociador internacional, con conocimiento en la administración de empresas relacionadas con el sector textil y confección, experiencia laboral mínima de 1 año en empresas relacionadas con el sector.	1.500.000,00	EPS 8,50%	127.500,00	PRIMA	8,33%	124.950,00	LCB.F	3,00%	45.000,00
				PENSIÓN 12%	180.000,00	CESANTIA	8,33%	124.950,00	C.C.F	4,00%	60.000,00
				APP 0,52%	7.800,00	INTERES A LA CESANTIA	1,00%	6.000,00	SENA	2,00%	30.000,00
TOTAL	315.350,00	VACACIONES	4,17%	62.550,00							
				TOTAL	327.450,00	TOTAL	135.000,00			2.277.780,00	
Jefe de Comercio Exterior	Coordinar, dirigir y controlar las actividades en materia de exportación e importación de la empresa. Gestionar los servicios de aduanas y transporte de entrada de los clientes de acuerdo al plan de ventas.	Negociador internacional o estudios de relaciones. Experiencia laboral mínima de 1 año.	1.200.000,00	EPS 8,50%	102.000,00	PRIMA	8,33%	99.960,00	LCB.F	3,00%	36.000,00
				PENSIÓN 12%	144.000,00	CESANTIA	8,33%	99.960,00	C.C.F	4,00%	48.000,00
				APP 0,52%	6.284,00	INTERES A LA CESANTIA	1,00%	12.000,00	SENA	2,00%	24.000,00
TOTAL	282.284,00	VACACIONES	4,17%	50.040,00							
				TOTAL	261.960,00	TOTAL	108.000,00			1.822.224,00	
Secretaría	Atender correos electrónicos, telefonía y fax. Entrega de documentos a los departamentos.	Graduado en Secretariado Bilingüe Experiencia laboral mínima de 1 año en empresas relacionadas con el sector.	700.000,00	EPS 8,50%	59.500,00	PRIMA	8,33%	63.807,88	LCB.F	3,00%	21.000,00
				PENSIÓN 12%	84.000,00	CESANTIA	8,33%	63.807,88	C.C.F	4,00%	28.000,00
				APP 0,52%	3.654,00	INTERES A LA CESANTIA	1,00%	7.536,00	SENA	2,00%	14.000,00
TOTAL	147.154,00	VACACIONES	4,17%	31.942,12							
				TOTAL	166.693,88	TOTAL	63.000,00			63.600,00	
Mensajero	Entregar y Recibir documentos, encomiendas y sobres relacionados con la mensajería para la empresa y entidades financieras	Con moto y conocimiento en direcciones y geografía. Experiencia laboral mínimo 1 año en cargos relacionados	17.833,33	EPS 8,50%	1.516,83	PRIMA	8,33%	6.783,40	LCB.F	3,00%	635,00
				PENSIÓN 12%	2.140,00	CESANTIA	8,33%	6.783,40	C.C.F	4,00%	713,33
				APP 0,52%	93,08	INTERES A LA CESANTIA	1,00%	67,83	SENA	2,00%	366,67
TOTAL	3.749,92	VACACIONES	4,17%	743,65							
				TOTAL	14.378,28	TOTAL	1.605,00			63.600,00	
Contables	Entregar y Recibir materias primas e insumos para la empresa.	Con cargo y conocimiento en direcciones y geografía. Experiencia laboral mínimo 1 año en cargos relacionados	47.892,88	EPS 8,50%	1.516,83	PRIMA	8,33%	6.783,40	LCB.F	3,00%	635,00
				PENSIÓN 12%	2.140,00	CESANTIA	8,33%	6.783,40	C.C.F	4,00%	713,33
				APP 0,52%	93,08	INTERES A LA CESANTIA	1,00%	67,83	SENA	2,00%	366,67
TOTAL	3.749,92	VACACIONES	4,17%	743,65							
				TOTAL	14.378,28	TOTAL	1.605,00			63.600,00	
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS										5.442.782,95	

6.4. Programa de administración

ACTIVIDADES PREOPERATIVAS:

Las actividades pre operativas para el funcionamiento de Vanity S.A.S.

1. Arrendamiento de Local ubicado en Medellín, sector el Hueco.
2. Compra de Equipos de cómputo, muebles, enseres, útiles y papelería.
3. Adecuación del local con cubículos, muebles, enseres y equipos de cómputo.



4. Compra de maquinaria para la producción (pistola Etiquetadora, Maquina de Precio y Códigos.
5. Adquisición de servicios de comunicación.
6. Contratación de personal administrativo: Secretaria, Jefe de Compras, Jefe de Control de Calidad, Jefe de Exportaciones y Gerente.

personal producción: dos

7. Cotización a diferentes posibles proveedores quienes garanticen, calidad, puntualidad, responsabilidad y buenos precios.
8. Selección de proveedores que cumplan con los requisitos anteriores.
9. Compra de Insumos, materia prima, servicios.
10. Seleccionar las materias primas e insumos y separarlos para ser llevados a las empresas de confección que requiera.

ACTIVIDADES PRODUCTIVAS

1. Distribuir a cada empresa las materias primas e insumos para la actividad ya designada para la confección del vestido de baño.
2. Recolectar de cada empresa la parte del vestido de baño que haya debido realizar.
3. Entregar al ensamblador del traje de baño final las partes confeccionadas, para terminar con el proceso de producción del vestido de baño.
4. Recoger el traje de baño una vez terminado para llevarlo a la empresa.
5. Hacer la revisión de calidad a las prendas que acaban de llegar a la empresa.
6. Realiza el etiquetado y marcación de cada una de las prendas a exportar.
7. Empacar y embalar el producto final en las bolsas y cajas respectivamente, como lo requiere el proceso de exportación a Estados Unidos.
8. Hacer el conteo e inventariado a la mercancía empacada y embalada.



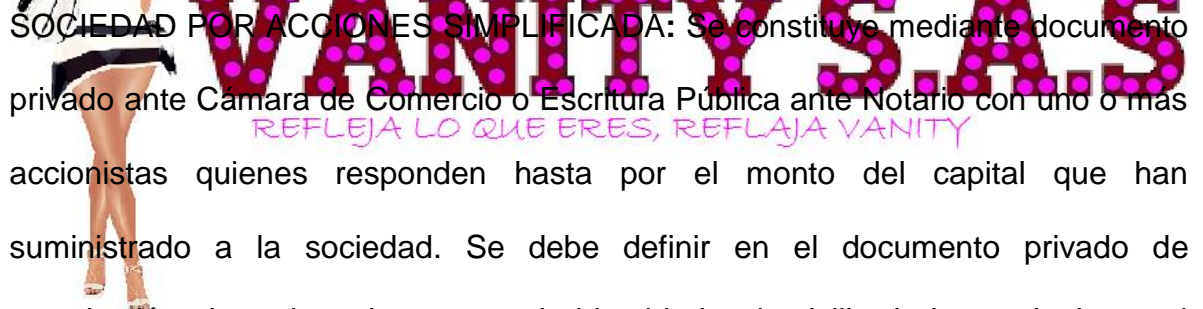
VANITY S.A.S
REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

Enviar la mercancía al lugar acordado con el comprador según el término de negociación para la entrega de la mercancía.

7 ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

Según la Cámara de Comercio de Medellín, para crear una empresa en Colombia se tienen diferentes opciones, desde el hecho de seguir siendo una persona natural la cual no es una opción de empresa; pero es una alternativa ideal para un emprendedor, ya que no tendrá que desplegar estructuras jurídicas ni de administración complejas y responderá con su patrimonio ante cualquier acción realizada o convertirse en una persona jurídica con la opción de:



SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA: Se constituye mediante documento privado ante Cámara de Comercio o Escritura Pública ante Notario con uno o más accionistas quienes responden hasta por el monto del capital que han suministrado a la sociedad. Se debe definir en el documento privado de constitución el nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan, así como 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. La estructura orgánica de la sociedad, su administración y el funcionamiento de sus órganos pueden ser determinados libremente por los accionistas, quienes solamente se encuentran obligados a designar un representante legal de la compañía. Su razón social será la

denominación que definan sus accionistas pero seguido de las siglas "sociedad por acciones simplificada"; o de las letras S.A.S.

Por medio del estudio realizado, decidimos escoger como tipo de empresa la SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA (S.A.S), debido a los beneficios que esta nos ofrece.

Luego de seleccionado el tipo de empresa, se debe buscar el nombre de la misma, con la ayuda de la CAMARA DE COMERCIO, seleccionamos el nombre de SWIMWEAR VANIT S.A.S, el cual es un nombre disponible, también se debe consultar la marca para los productos que vamos ofrecer en el mercado, por tal motivo escogimos las marcas:



CLASIFICACION POR ACTIVIDAD ECONOMICA SEGÚN CODIGO CIU
D181010. Fabricación de vestidos de baño.


SIMULACION DE PAGOS:

Cámara De Comercio	MEDELLÍN
Notaria	\$ 0,00
Matricula mercantil	\$ 511.000,00
Imp. Registro	\$ 421.400,00
Proponentes	\$ 0,00
Alcaldía	\$ 0,00
Estampillas y formularios	\$ 25.000
Total	\$ 957.400,00



VANITY S.A.S
 REFLEJA LO QUE ERES, REFLEJA VANITY

TABLA 23. RELACION DE TRÁMITE, ENTIDAD Y PRECIO PARA
CREACIÓN DE UNA EMPRESA

TRAMITE	ENTIDAD	PRECIO
Formulario Previo del RUT	DIAN	0
Asignación del NIT	DIAN	0
Matricula de Industria y Comercio	CAMARA DE COMERCIO	
Pago del impuesto de Rentas departamentales de Antioquia para el caso de sociedades		33% SOBRE UTILIDAD
Certificado del RUT	DIAN	0
Certificado de matrícula de existencia y/o representación legal	CAMARA DE COMERCIO	
Registro Nacional De Exportador	MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO	0

Apertura del establecimiento a Planeación Municipal		
Informar a Bomberos		0
Informar a Secretaría de Salud.		0
TOTAL		



7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

WANITY S.A.S

Se necesita hacer la constitución de la SOCIEDAD POR ACCIONES

SIMPLIFICADA y la Cámara de Comercio manda la información a la DIAN y al

Municipio.

8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos propios

SOCIOS	VALOR APORTE	MOMENTO DEL APORTE
Laura Carolina Álvarez Resrepo	1.182.300	Al iniciar la puesta en marcha del proyecto.
Sandra Milena Vanegas Tejada	1.182.300	Al iniciar la puesta en marcha del proyecto.
TOTAL	2.364.600	



8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios

DATOS GENERALES DEL PROYECTO	
Préstamo Bancario (Financiación)	
Monto del Préstamo:	\$ 55.785.312
Intereses (efectivo Mensual):	1,00%
Plazo (meses):	60
Modalidad del Préstamo:	EE5



VANITY S.A.S

REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

Requerimientos Financieros	\$ 59.347.312
Préstamo Bancario	\$ 55.785.312
Recursos Propios	\$ 3.562.000

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

- Ingresos Propios del Negocio.

Proyecto:

SWIMWEAR VANITY S.A.S.

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO		
Ventas	Participación del total Ventas	
REFV001	\$ 9.500.000,1	10,33%
REFV002	\$ 9.500.000,0	10,33%
REFV003	\$ 9.000.000,0	9,78%
REFV004	\$ 9.000.000,0	9,78%
REFV005	\$ 9.000.000,0	9,78%
REFT001	\$ 9.500.000,1	10,33%
REFT002	\$ 9.000.000,0	9,78%
REFT003	\$ 9.000.000,1	9,78%
REFT004	\$ 9.000.000,1	9,78%
REFT005	\$ 9.500.000,1	10,33%
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 92.000.000,5	100,00%

8.2.2. Egresos

- Inversiones**

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
Edificios (20 años)	\$ 0,0	\$ 0,0	Edificios	\$ 0,0
Equipos (5 años)	\$ 0,0	\$ 0,0	Equipos	\$ 0,0
Equipos de Informatica y Comunicaciones (3 años)	\$ 1.470.000,0	\$ 40.833,3	Equipos de Informatica y Comunicaciones	\$ 1.470.000,0
Maquinaria (10 años)	\$ 0,0	\$ 0,0	Maquinaria	\$ 0,0
Herramienta (5 años)	\$ 109.000,0	\$ 1.816,7	Herramienta	\$ 109.000,0
Muebles y Enseres (10 años)	\$ 1.096.700,0	\$ 9.139,2	Muebles y Enseres	\$ 0,0
Total Activos Fijos Exigibles	\$ 2.675.700,0		Total Activos Fijos Disponibles	\$ 1.579.000,0
Total Depreciación Mensual		\$ 51.789,2		
Gastos Preoperativos				
Gastos Preoperativos Exigibles	Valor	Amortización	Gastos Preoperativos Disponibles	Valor
Constitución y registro	\$ 957.400,0	\$ 15.956,7	Constitución y registro	\$ 957.400,0
Diseño organizacional	\$ 240.000,0	\$ 0,0	Diseño organizacional	\$ 240.000,0
Salarios	\$ 785.600,0	\$ 13.093,3	Salarios	\$ 785.600,0
Publicidad y Promoción	\$ 9.732.133	\$ 162.202,2	Publicidad y Promoción	\$ 0,0
Adecuaciones Locativas	\$ 3.150.000,0	\$ 52.500,0		\$ 0,0
Total Gasto Preoperativos Exigibles	\$ 14.865.133,3		Total Gasto Preoperativos Disponible	\$ 1.983.000,0
Toatal Amortización Mensual		\$ 243.752,2		



REFLEJA LO QUE ERES, REFLEJA VANITY

CAPITAL DE TRABAJO				
Capital de Trabajo Exigible		Valor	Capital de trabajo Disponible	Valor
CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR		
Costos Variables	20	\$ 27.381.524	\$ 42.315.745	
Costos Fijos de Producción	20	\$ 2.434.880		
Costos Fijos de Administración	20	\$ 5.984.585		
Costos Fijos de Comercialización y Ventas	20	\$ 6.514.756		
Total Capital de trabajo Exigible		\$ 42.315.745		
INVERSION TOTAL EXIGIBLE		\$ 59.856.578	INVERSIÓN TOTAL DISPONIBLE	\$ 3.562.000

- **Costos**

REFV001				
Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Tarjetas y Etiquetas	\$ 68,00	1,00	Unidad	\$ 68,00
Marquillas	\$ 81,20	1,00	Unidad	\$ 81,20
Cintas	\$ 90,00	1,00	Metro	\$ 90,00
Elástico	\$ 90,00	1,00	Metro	\$ 90,00
Ruedos	\$ 90,00	1,00	Metro	\$ 90,00
Látex	\$ 2.392,05	1,00	Kilo	\$ 2.392,05
Tela	\$ 10.486,40	1,00	Metro	\$ 10.486,40
Prehormados	\$ 2.000,00	1,00	Unidad	\$ 2.000,00
Hilo	\$ 200,00	1,00	Yardas	\$ 200,00
Herraje	\$ 500,00	1,00	Unidad	\$ 500,00
Corsetería	\$ 20,00	1,00	Unidad	\$ 20,00
Hebillas	\$ 33,66	1,00	Unidad	\$ 33,66
Apliques	\$ 0,00	1,00	Unidad	\$ 0,00
Confección	\$ 25.000,00	1,00	Unidad	\$ 25.000,00
Seguro	\$ 50,00	1,00	Unidad	\$ 50,00
Transporte	\$ 1.000,00	1,00	Unidad	\$ 1.000,00
Empaque	\$ 1.647,00	1,00	Unidad	\$ 1.647,00
Caja Tipo Exportación	\$ 5.992,00	0,01	Unidad	\$ 59,92
Diseño	\$ 120,00	1,00	Unidad	\$ 120,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 43.928,23

REFV002

Costos Unitarios de los Componentes del Producto

Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Tarjetas y Etiquetas	\$ 68,00	1,00	Unidad	\$ 68,00
Marquillas	\$ 81,20	1,00	Unidad	\$ 81,20
Cintas	\$ 90,00	1,00	Metro	\$ 90,00
Elástico	\$ 90,00	1,00	Metro	\$ 90,00
Ruedos	\$ 90,00	1,00	Metro	\$ 90,00
Látex	\$ 2.392,05	1,00	Kilo	\$ 2.392,05
Tela	\$ 10.486,40	1,00	Metro	\$ 10.486,40
Prehormados	\$ 2.000,00	1,00	Unidad	\$ 2.000,00
Herraje	\$ 500,00	1,00	Unidad	\$ 500,00
Corsetería	\$ 20,00	1,00	Unidad	\$ 20,00
Hebillas	\$ 33,66	1,00	Unidad	\$ 33,66
Hilo	\$ 200,00	1,00	Yardas	\$ 200,00
Confección	\$ 25.000,00	1,00	Unidad	\$ 25.000,00
Seguro	\$ 50,00	1,00	Unidad	\$ 50,00
Transporte	\$ 1.000,00	1,00	Unidad	\$ 1.000,00
Empaque	\$ 1.647,00	1,00	Unidad	\$ 1.647,00
Caja Tipo Exportación	\$ 5.992,00	0,01	Unidad	\$ 59,92
Diseño	\$ 120,00	1,00	Unidad	\$ 120,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 43.808,23

REFV003				
Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Tarjetas y Etiquetas	\$ 68,00	1,00	Unidad	\$ 68,00
Marquillas	\$ 81,20	1,00	Unidad	\$ 81,20
Cintas	\$ 90,00	1,00	Metro	\$ 90,00
Elástico	\$ 90,00	1,00	Metro	\$ 90,00
Ruedos	\$ 90,00	1,00	Metro	\$ 90,00
Látex	\$ 2.392,05	1,00	Kilo	\$ 2.392,05
Tela	\$ 8.576,54	1,00	Metro	\$ 8.576,54
Prehormados	\$ 2.000,00	1,00	Unidad	\$ 2.000,00
Herraje	\$ 500,00	1,00	Unidad	\$ 500,00
Corsetería	\$ 20,00	1,00	Unidad	\$ 20,00
Hilo	\$ 200,00	1,00	Yardas	\$ 200,00
Confección	\$ 20.000,00	1,00	Unidad	\$ 20.000,00
Seguro	\$ 50,00	1,00	Unidad	\$ 50,00
Transporte	\$ 1.000,00	1,00	Unidad	\$ 1.000,00
Empaque	\$ 1.647,00	1,00	Unidad	\$ 1.647,00
Caja Tipo				\$ 59,92
Exportación	\$ 5.992,00	0,01	Unidad	
Diseño	\$ 120,00	1,00	Unidad	\$ 120,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 36.984,71

REFV004				
Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Tarjetas y Etiquetas	\$ 68,00	1,00	Unidad	\$ 68,00
Marquillas	\$ 81,20	1,00	Unidad	\$ 81,20
Cintas	\$ 90,00	1,00	Metro	\$ 90,00
Elástico	\$ 90,00	1,00	Metro	\$ 90,00
Ruedos	\$ 90,00	1,00	Metro	\$ 90,00
Látex	\$ 2.392,05	1,00	Kilo	\$ 2.392,05
Tela	\$ 10.162,14	1,00	Metro	\$ 10.162,14
Prehormados	\$ 2.000,00	1,00	Unidad	\$ 2.000,00
Herraje	\$ 500,00	1,00	Unidad	\$ 500,00
Corsetería	\$ 20,00	1,00	Unidad	\$ 20,00
Hilo	\$ 200,00	1,00	Yardas	\$ 200,00
Confección	\$ 20.000,00	1,00	Unidad	\$ 20.000,00
Seguro	\$ 50,00	1,00	Unidad	\$ 50,00
Transporte	\$ 1.000,00	1,00	Unidad	\$ 1.000,00
Empaque	\$ 1.647,00	1,00	Unidad	\$ 1.647,00
Caja Tipo Exportación	\$ 5.992,00	0,01	Unidad	\$ 59,92
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 38.450,31

REFV005				
Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Tarjetas y Etiquetas	\$ 68,00	1,00	Unidad	\$ 68,00
Marquillas	\$ 30,00	1,00	Unidad	\$ 30,00
Cintas	\$ 90,00	1,00	Metro	\$ 90,00
Elástico	\$ 90,00	1,00	Metro	\$ 90,00
Ruedos	\$ 90,00	1,00	Metro	\$ 90,00
Látex	\$ 2.392,05	1,00	Kilo	\$ 2.392,05
Tela	\$ 10.162,14	1,00	Metro	\$ 10.162,14
Prehormados	\$ 2.000,00	1,00	unidad	\$ 2.000,00
Herraje	\$ 500,00	1,00	Unidad	\$ 500,00
Corsetería	\$ 20,00	1,00	Unidad	\$ 20,00
Hilo	\$ 200,00	1,00	Yardas	\$ 200,00
Confección	\$ 20.000,00	1,00	Unidad	\$ 20.000,00
Seguro	\$ 50,00	1,00	Unidad	\$ 50,00
Transporte	\$ 1.000,00	1,00	Unidad	\$ 1.000,00
Empaque	\$ 1.647,00	1,00	Unidad	\$ 1.647,00
Caja Tipo Exportación	\$ 5.992,00	0,01	Unidad	\$ 59,92
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 38.399,11

REFT001				
Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Tarjetas y Etiquetas	\$ 68,00	1,00	Unidad	\$ 68,00
Marquillas	\$ 81,20	1,00	Unidad	\$ 81,20
Elástico	\$ 90,00	1,00	Metro	\$ 90,00
Ruedos	\$ 90,00	1,00	Metro	\$ 90,00
Látex	\$ 2.392,05	1,00	Kilo	\$ 2.392,05
Tela	\$ 6.828,80	1,00	Metro	\$ 6.828,80
Prehormados	\$ 2.000,00	1,00	Unidad	\$ 2.000,00
Corsetería	\$ 20,00	1,00	Unidad	\$ 20,00
Hilo	\$ 200,00	1,00	Yardas	\$ 200,00
Confección	\$ 25.000,00	1,00	Unidad	\$ 25.000,00
Seguro	\$ 50,00	1,00	Unidad	\$ 50,00
Transporte	\$ 1.000,00	1,00	Unidad	\$ 1.000,00
Empaque	\$ 1.647,00	1,00	Unidad	\$ 1.647,00
Caja Tipo				\$ 59,92
Exportación	\$ 5.992,00	0,01	Unidad	
Diseño	\$ 120,00	1,00	Unidad	\$ 120,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 39.646,97

REFT002				
Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Tarjetas y Etiquetas	\$ 68,00	1,00	Unidad	\$ 68
Marquillas	\$ 81,20	1,00	Unidad	\$ 81
Elástico	\$ 90,00	1,00	Metro	\$ 90
Ruedos	\$ 90,00	1,00	Metro	\$ 90
Látex	\$ 2.392,05	1,00	Kilo	\$ 2.392
Tela	\$ 5.954,94	1,00	Metro	\$ 5.955
Prehormados	\$ 2.000,00	1,00	Unidad	\$ 2.000
Corsetería	\$ 20,00	1,00	Unidad	\$ 20
Hilo	\$ 200,00	1,00	Yardas	\$ 200
Confección	\$ 20.000,00	1,00	Unidad	\$ 20.000
Seguro	\$ 50,00	1,00	Unidad	\$ 50
Transporte	\$ 1.000,00	1,00	Unidad	\$ 1.000
Empaque	\$ 1.647,00	1,00	Unidad	\$ 1.647
Caja Tipo				\$ 60
Exportación	\$ 5.992,00	0,01	Unidad	\$ 60
Diseño	\$ 120,00	1,00	Unidad	\$ 120
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 33.773

REFT003				
Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Tarjetas y Etiquetas	\$ 68,00	1,00	Unidad	\$ 68
Marquillas	\$ 81,20	1,00	Unidad	\$ 81
Elástico	\$ 90,00	1,00	Metro	\$ 90
Ruedos	\$ 90,00	1,00	Metro	\$ 90
Látex	\$ 2.392,05	1,00	Kilo	\$ 2.392
Tela	\$ 8.333,34	1,00	Metro	\$ 8.333
Prehormados	\$ 2.000,00	1,00	Unidad	\$ 2.000
Corsetería	\$ 20,00	1,00	Unidad	\$ 20
Hilo	\$ 200,00	1,00	Yardas	\$ 200
Cordón	\$ 300,00	1,00	Metro	\$ 300
Confección	\$ 25.000,00	1,00	Unidad	\$ 25.000
Seguro	\$ 50,00	1,00	Unidad	\$ 1.000
Transporte	\$ 1.000,00	1,00	Unidad	\$ 1.647
Empaque	\$ 1.647,00	1,00	Unidad	\$ 60
Caja Tipo				\$ 120
Exportación	\$ 5.992,00	0,01	Unidad	
Diseño	\$ 120,00	1,00	Unidad	\$ 120
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 41.522

REFT004				
Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Tarjetas y Etiquetas	\$ 68,00	1,00	Unidad	\$ 68
Marquillas	\$ 81,20	1,00	Unidad	\$ 81
Elástico	\$ 90,00	1,00	Metro	\$ 90
Ruedos	\$ 90,00	1,00	Metro	\$ 90
Látex	\$ 2.392,05	1,00	Kilo	\$ 2.392
Tela	\$ 6.666,67	1,00	Metro	\$ 6.667
Prehormados	\$ 2.000,00	1,00	Unidad	\$ 2.000
Corsetería	\$ 20,00	1,00	Unidad	\$ 20
Hilo	\$ 200,00	1,00	Yardas	\$ 200
Botones	\$ 33,66	10,00	Metro	\$ 337
Confección	\$ 25.000,00	1,00	Unidad	\$ 25.000
Seguro	\$ 50,00	1,00	Unidad	\$ 50
Transporte	\$ 1.000,00	1,00	Unidad	\$ 1.000
Empaque	\$ 1.647,00	1,00	Unidad	\$ 1.647
Caja Tipo Exportación	\$ 5.992,00	0,01	Unidad	\$ 60
Diseño	\$ 120,00	1,00	Unidad	\$ 120
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 39.821

REFT005				
Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Tarjetas y Etiquetas	\$ 68,00	1,00	Unidad	\$ 68
Marquillas	\$ 81,20	1,00	Unidad	\$ 81
Elástico	\$ 90,00	1,00	Metro	\$ 90
Ruedos	\$ 90,00	1,00	Metro	\$ 90
Látex	\$ 2.392,05	1,00	Kilo	\$ 2.392
Tela	\$ 8.000,00	1,00	Metro	\$ 8.000
Prehormados	\$ 2.000,00	1,00	Unidad	\$ 2.000
Corsetería	\$ 20,00	1,00	Unidad	\$ 20
Hilo	\$ 200,00	1,00	Yardas	\$ 200
Confección	\$ 25.000,00	1,00	Unidad	\$ 25.000
Seguro	\$ 50,00	1,00	Unidad	\$ 50
Transporte	\$ 1.000,00	1,00	Unidad	\$ 1.000
Empaque	\$ 1.647,00	1,00	Unidad	\$ 1.647
Caja Tipo Exportación	\$ 5.992,00	0,01	Unidad	\$ 5.992
Diseño	\$ 120,00	1,00	Unidad	\$ 120
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 46.750

- **Gastos**

Gastos Administrativos y legales

COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES

Salarios	\$ 3.435.667
Obligación Laboral	\$ 2.007.116
Papelería	\$ 98.333
Mantenimiento (Equipos de Oficina)	\$ 7.500
Seguros	\$ 250.000
Vigilancia	\$ 40.000
IMPREVISTOS	\$ 583.862
Contador	\$ 250.000
Arrendamiento	\$ 2.000.000
Servicios Públicos	\$ 304.400
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 8.976.878



Gastos Distribución y Ventas

Diseño del Logo de la Empresa	\$ 20.000
Diseño del empaque de la empresa	\$ 20.000
Publicidad y Mercadeo	\$ 9.732.133
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 9.772.133

Gastos Amortización de diferidos

Tabla de Amortización Préstamo (Mensual)

PERIODO	CUOTA PRESTAMO	INTERESES	CAPITAL	SALDO
0	\$ 55.785.312	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 54.870.798
1	\$ 54.870.798	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 53.956.285
2	\$ 53.956.285	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 53.041.772
3	\$ 53.041.772	\$ 530.418	\$ 914.513	\$ 52.127.258
4	\$ 52.127.258	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 51.212.745
5	\$ 51.212.745	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 50.298.232
6	\$ 50.298.232	\$ 502.982	\$ 914.513	\$ 49.383.718
7	\$ 49.383.718	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 48.469.205
8	\$ 48.469.205	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 47.554.692
9	\$ 47.554.692	\$ 475.547	\$ 914.513	\$ 46.640.179
10	\$ 46.640.179	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 45.725.665
11	\$ 45.725.665	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 44.811.152
12	\$ 44.811.152	\$ 448.112	\$ 914.513	\$ 43.896.639
13	\$ 43.896.639	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 42.982.125
14	\$ 42.982.125	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 42.067.612
15	\$ 42.067.612	\$ 420.676	\$ 914.513	\$ 41.153.099
16	\$ 41.153.099	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 40.238.585
17	\$ 40.238.585	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 39.324.072
18	\$ 39.324.072	\$ 393.241	\$ 914.513	\$ 38.409.559
19	\$ 38.409.559	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 37.495.045



VANITY S.A.S

REFLEJA LO QUE ERES, REFLEJA VANITY

\$ 6.419.882 \$ 10.9

20	\$ 37.495.045	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 36.580.532
21	\$ 36.580.532	\$ 365.805	\$ 914.513	\$ 35.666.019
22	\$ 35.666.019	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 34.751.506
23	\$ 34.751.506	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 33.836.992
24	\$ 33.836.992	\$ 338.370	\$ 914.513	\$ 32.922.479
25	\$ 32.922.479	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 32.007.966
26	\$ 32.007.966	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 31.093.452
27	\$ 31.093.452	\$ 310.935	\$ 914.513	\$ 30.178.939
28	\$ 30.178.939	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 29.264.426
29	\$ 29.264.426	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 28.349.912
30	\$ 28.349.912	\$ 283.499	\$ 914.513	\$ 27.435.399
31	\$ 27.435.399	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 26.520.886
32	\$ 26.520.886	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 25.606.373
33	\$ 25.606.373	\$ 256.064	\$ 914.513	\$ 24.691.859
34	\$ 24.691.859	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 23.777.346
35	\$ 23.777.346	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 22.862.833
36	\$ 22.862.833	\$ 228.628	\$ 914.513	\$ 21.948.319
37	\$ 21.948.319	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 21.033.806
38	\$ 21.033.806	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 20.119.293
39	\$ 20.119.293	\$ 201.193	\$ 914.513	\$ 19.204.779
40	\$ 19.204.779	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 18.290.266
41	\$ 18.290.266	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 17.375.753
42	\$ 17.375.753	\$ 173.758	\$ 914.513	\$ 16.461.239
43	\$ 16.461.239	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 15.546.726
44	\$ 15.546.726	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 14.632.213



VANITY S.A.S
 REFLEJA LO QUE ERES, REFLEJA VANITY

\$
5.980.916 \$ 10.9

\$
5.541.950 \$ 10.9

45	\$ 14.632.213	\$ 146.322	\$ 914.513	\$ 13.717.700
46	\$ 13.717.700	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 12.803.186
47	\$ 12.803.186	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 11.888.673
48	\$ 11.888.673	\$ 118.887	\$ 914.513	\$ 10.974.160
49	\$ 10.974.160	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 10.059.646
50	\$ 10.059.646	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 9.145.133
51	\$ 9.145.133	\$ 91.451	\$ 914.513	\$ 8.230.620
52	\$ 8.230.620	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 7.316.106
53	\$ 7.316.106	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 6.401.593
54	\$ 6.401.593	\$ 64.016	\$ 914.513	\$ 5.487.080
55	\$ 5.487.080	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 4.572.567
56	\$ 4.572.567	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 3.658.053
57	\$ 3.658.053	\$ 36.581	\$ 914.513	\$ 2.743.540
58	\$ 2.743.540	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 1.829.027
59	\$ 1.829.027	\$ 557.853	\$ 914.513	\$ 914.513
60	\$ 914.513	\$ 9.145	\$ 0	\$ 914.513



VANITY S.A.S
 REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

\$
 5.102.983 \$ 10.9
 \$
 4.664.017 \$ 10.0

8.3 Estados Financieros Proyectados

8.3.1 Flujo de Caja

VENTAS PROYECTADAS (Unidades)	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	
Alas	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	
Medias	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	
Bajas	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	
Consolidado	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	1100	
CONCEPTOS	Inversion	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		\$ 101,200,001	\$ 101,200,001	\$ 101,200,001	\$ 101,200,001	\$ 101,200,001	\$ 101,200,001	\$ 101,200,001	\$ 101,200,001	\$ 101,200,001	\$ 101,200,001	\$ 101,200,001	\$ 101,200,001
- Costos variables		\$ 44,339,224	\$ 44,339,224	\$ 44,339,224	\$ 44,339,224	\$ 44,339,224	\$ 44,339,224	\$ 44,339,224	\$ 44,339,224	\$ 44,339,224	\$ 44,339,224	\$ 44,339,224	\$ 44,339,224
- Costos fijos	\$ 0	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332
Costos fijos de Producción		\$ 3,652,320	\$ 3,652,320	\$ 3,652,320	\$ 3,652,320	\$ 3,652,320	\$ 3,652,320	\$ 3,652,320	\$ 3,652,320	\$ 3,652,320	\$ 3,652,320	\$ 3,652,320	\$ 3,652,320
Costos fijos de Administración		\$ 8,976,878	\$ 8,976,878	\$ 8,976,878	\$ 8,976,878	\$ 8,976,878	\$ 8,976,878	\$ 8,976,878	\$ 8,976,878	\$ 8,976,878	\$ 8,976,878	\$ 8,976,878	\$ 8,976,878
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 9,772,133	\$ 9,772,133	\$ 9,772,133	\$ 9,772,133	\$ 9,772,133	\$ 9,772,133	\$ 9,772,133	\$ 9,772,133	\$ 9,772,133	\$ 9,772,133	\$ 9,772,133	\$ 9,772,133
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541
- Invernes Credito	\$ 0	\$ 557,853	\$ 557,853	\$ 530,418	\$ 557,853	\$ 502,982	\$ 557,853	\$ 557,853	\$ 475,547	\$ 557,853	\$ 557,853	\$ 557,853	\$ 448,112
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 33,606,050	\$ 33,606,050	\$ 33,633,488	\$ 33,606,050	\$ 33,680,921	\$ 33,606,050	\$ 33,606,050	\$ 33,888,356	\$ 33,606,050	\$ 33,606,050	\$ 33,785,792	\$ 33,785,792
- Impuestos	\$ 0	\$ 11,089,997	\$ 11,089,997	\$ 11,089,950	\$ 11,089,997	\$ 11,089,997	\$ 11,108,104	\$ 11,089,997	\$ 11,089,997	\$ 11,117,158	\$ 11,089,997	\$ 11,089,997	\$ 11,126,211
= Utilidad despues de impuestos	\$ 0	\$ 22,516,054	\$ 22,516,054	\$ 22,534,438	\$ 22,516,054	\$ 22,516,054	\$ 22,516,054	\$ 22,516,054	\$ 22,516,054	\$ 22,511,193	\$ 22,516,054	\$ 22,516,054	\$ 22,589,580
+ Ayure por No Desembolsables	\$ 0	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 54,870,798	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 58,488,041
Preramos	\$ 54,870,798												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 44,493,704
Valor de Salvamento													\$ 13,984,337
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 62,034,537	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513
Activos Fijos	\$ 2,675,700												
Pago Credito Capital		\$ 914,513											
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 14,885,133												
Capital de Trabajo	\$ 44,493,704												
FLUJO DE CASH	\$ -7,163,739	\$ 21,897,082	\$ 21,897,082	\$ 21,915,468	\$ 21,897,082	\$ 21,897,082	\$ 21,933,845	\$ 21,897,082	\$ 21,897,082	\$ 21,952,227	\$ 21,897,082	\$ 21,897,082	\$ 20,458,649

Cambio Porcentual en las Ventas	10,00%
Tasa de Retorno	2,55%
Valor Presente Neto	260.155.209
Tasa Interna de Retorno	305,68%



VANITY S.A.S
REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

8.3.2 Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

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	92.000.001	92.000.001	92.000.001	92.000.001	92.000.001	92.000.001	92.000.001	92.000.001	92.000.001	92.000.001	92.000.001	92.000.001
Costo Variables	40.308.386	40.308.386	40.308.386	40.308.386	40.308.386	40.308.386	40.308.386	40.308.386	40.308.386	40.308.386	40.308.386	40.308.386
Costos Fijos Produccion	3.652.320	3.652.320	3.652.320	3.652.320	3.652.320	3.652.320	3.652.320	3.652.320	3.652.320	3.652.320	3.652.320	3.652.320
Gastos Depreciación	51.789	51.789	51.789	51.789	51.789	51.789	51.789	51.789	51.789	51.789	51.789	51.789
Utilidad Bruta en Ventas	47.987.505	47.987.505	47.987.505	47.987.505	47.987.505	47.987.505	47.987.505	47.987.505	47.987.505	47.987.505	47.987.505	47.987.505
Costos fijos de Administración	8.976.878	8.976.878	8.976.878	8.976.878	8.976.878	8.976.878	8.976.878	8.976.878	8.976.878	8.976.878	8.976.878	8.976.878
Costos Fijos de Ventas y Distribución	9.772.133	9.772.133	9.772.133	9.772.133	9.772.133	9.772.133	9.772.133	9.772.133	9.772.133	9.772.133	9.772.133	9.772.133
Amortización de diferidos	243.752	243.752	243.752	243.752	243.752	243.752	243.752	243.752	243.752	243.752	243.752	243.752
Utilidad Operativa	28.994.742	28.994.742	28.994.742	28.994.742	28.994.742	28.994.742	28.994.742	28.994.742	28.994.742	28.994.742	28.994.742	28.994.742
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	28.994.742	28.994.742	28.994.742	28.994.742	28.994.742	28.994.742	28.994.742	28.994.742	28.994.742	28.994.742	28.994.742	28.994.742
Impuestos	9.568.285	9.568.285	9.568.285	9.568.285	9.568.285	9.568.285	9.568.285	9.568.285	9.568.285	9.568.285	9.568.285	9.568.285
UTILIDAD NETA	19.426.477	19.426.477	19.426.477	19.426.477	19.426.477	19.426.477	19.426.477	19.426.477	19.426.477	19.426.477	19.426.477	19.426.477
Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidades no Repartidas	19.426.477	19.426.477	19.426.477	19.426.477	19.426.477	19.426.477	19.426.477	19.426.477	19.426.477	19.426.477	19.426.477	19.426.477
Utilidades no Repartidas Acumuladas	19.426.477	38.852.954	58.279.431	77.705.908	97.132.385	116.558.862	135.985.339	155.411.816	174.838.293	194.264.770	213.691.247	233.117.724



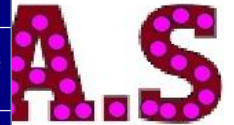
Tasa Interna de Retorno	2,55%
Valor Presente Neto	225.437.196
Tasa Interna de Retorno	411,80%



VANITY S.A.S

REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

8.4.2 Tasa Interna de Retorno



VENTAS PROYECTADAS (Unidades)		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Alas		1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Mechas		1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Bajas		1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Consolidado		1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000

FLUJO DE CASH	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		\$ 32,000,001	\$ 32,000,001	\$ 32,000,001	\$ 32,000,001	\$ 32,000,001	\$ 32,000,001	\$ 32,000,001	\$ 32,000,001	\$ 32,000,001	\$ 32,000,001	\$ 32,000,001	\$ 32,000,001	
- Costos variables		\$ 40,308,386	\$ 40,308,386	\$ 40,308,386	\$ 40,308,386	\$ 40,308,386	\$ 40,308,386	\$ 40,308,386	\$ 40,308,386	\$ 40,308,386	\$ 40,308,386	\$ 40,308,386	\$ 40,308,386	
- Costos fijos		\$ 0	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332	
	Costos fijos de Producción	\$ 3,652,320	\$ 3,652,320	\$ 3,652,320	\$ 3,652,320	\$ 3,652,320	\$ 3,652,320	\$ 3,652,320	\$ 3,652,320	\$ 3,652,320	\$ 3,652,320	\$ 3,652,320	\$ 3,652,320	
	Costos fijos de Administración	\$ 8,976,878	\$ 8,976,878	\$ 8,976,878	\$ 8,976,878	\$ 8,976,878	\$ 8,976,878	\$ 8,976,878	\$ 8,976,878	\$ 8,976,878	\$ 8,976,878	\$ 8,976,878	\$ 8,976,878	
	Costos fijos de comercialización y ventas	\$ 9,772,133	\$ 9,772,133	\$ 9,772,133	\$ 9,772,133	\$ 9,772,133	\$ 9,772,133	\$ 9,772,133	\$ 9,772,133	\$ 9,772,133	\$ 9,772,133	\$ 9,772,133	\$ 9,772,133	
- No Desembolsables		\$ 0	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	
	- Intereses Credito	\$ 0	\$ 557,853	\$ 557,853	\$ 557,853	\$ 557,853	\$ 557,853	\$ 557,853	\$ 557,853	\$ 557,853	\$ 557,853	\$ 557,853	\$ 557,853	
	- Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 28,436,889	\$ 28,436,889	\$ 28,436,889	\$ 28,436,889	\$ 28,436,889	\$ 28,436,889	\$ 28,436,889	\$ 28,436,889	\$ 28,436,889	\$ 28,436,889	\$ 28,436,889	
	- Impuestos	\$ 0	\$ 3,384,173	\$ 3,384,173	\$ 3,384,173	\$ 3,384,173	\$ 3,384,173	\$ 3,384,173	\$ 3,384,173	\$ 3,384,173	\$ 3,384,173	\$ 3,384,173	\$ 3,384,173	
	= Utilidad despues de impuestos	\$ 0	\$ 19,052,715	\$ 19,052,715	\$ 19,052,715	\$ 19,052,715	\$ 19,052,715	\$ 19,052,715	\$ 19,052,715	\$ 19,052,715	\$ 19,052,715	\$ 19,052,715	\$ 19,052,715	
	+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	
	+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)		\$ 54,870,798	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 55,800,815	
	Préstamos		\$ 54,870,798											
	Recuperación Capital de trabajo												\$ 41,806,478	
	Valor de Salvamento												\$ 13,394,337	
	- Otros Egresos no deducibles de impuesto		\$ 59,341,312	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	
	Activos Fijos		\$ 2,675,700											
	Pago Credito Capital		\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	
	Gastos PREOPERATIVOS		\$ 14,985,133											
	Capital de Trabajo		\$ 41,806,478											
FLUJO DE CASH		- \$ 4,476,513	\$ 18,433,744	\$ 18,433,744	\$ 18,433,744	\$ 18,433,744	\$ 18,433,744	\$ 18,433,744	\$ 18,433,744	\$ 18,433,744	\$ 18,433,744	\$ 18,433,744	\$ 18,433,744	\$ 74,308,085
														277,883,654

Tasa Interna de Retorno	2,55%
Valor Presente Neto	225.437.196
Tasa Interna de Retorno	411,80%



VANITY S.A.S

REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

Cambio Porcentual en las Ventas	10,00%
Tasa de Retorno	2,55%
Valor Presente Neto	260.155.209
Tasa Interna de Retorno	305,68%



VANITY S.A.S
REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

VARIACION EN DEMANDA DE -10%



VENTAS PROYECTADAS (Unidades)	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	
Alas	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	
Medias	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	
Batas	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	
Consolidado	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	
CONCEPTOS	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		\$82,800,000	\$82,800,000	\$82,800,000	\$82,800,000	\$82,800,000	\$82,800,000	\$82,800,000	\$82,800,000	\$82,800,000	\$82,800,000	\$82,800,000	\$82,800,000
- Costos variables		\$36,277,547	\$36,277,547	\$36,277,547	\$36,277,547	\$36,277,547	\$36,277,547	\$36,277,547	\$36,277,547	\$36,277,547	\$36,277,547	\$36,277,547	\$36,277,547
- Costos fijos	\$0	\$22,401,332	\$22,401,332	\$22,401,332	\$22,401,332	\$22,401,332	\$22,401,332	\$22,401,332	\$22,401,332	\$22,401,332	\$22,401,332	\$22,401,332	\$22,401,332
Costos fijos de Producción		\$3,652,320	\$3,652,320	\$3,652,320	\$3,652,320	\$3,652,320	\$3,652,320	\$3,652,320	\$3,652,320	\$3,652,320	\$3,652,320	\$3,652,320	\$3,652,320
Costos fijos de Administración		\$8,976,878	\$8,976,878	\$8,976,878	\$8,976,878	\$8,976,878	\$8,976,878	\$8,976,878	\$8,976,878	\$8,976,878	\$8,976,878	\$8,976,878	\$8,976,878
Costos fijos de comercialización y ventas		\$9,772,133	\$9,772,133	\$9,772,133	\$9,772,133	\$9,772,133	\$9,772,133	\$9,772,133	\$9,772,133	\$9,772,133	\$9,772,133	\$9,772,133	\$9,772,133
-No Desembolrables	\$0	\$295,541	\$295,541	\$295,541	\$295,541	\$295,541	\$295,541	\$295,541	\$295,541	\$295,541	\$295,541	\$295,541	\$295,541
-Intereses Credito	\$0	\$557,853	\$557,853	\$530,418	\$557,853	\$502,382	\$557,853	\$557,853	\$475,547	\$557,853	\$557,853	\$557,853	\$448,112
= Utilidad Antes de Impuestos	\$0	\$23,267,727	\$23,267,727	\$23,295,169	\$23,267,727	\$23,322,598	\$23,267,727	\$23,267,727	\$23,350,033	\$23,267,727	\$23,267,727	\$23,377,469	\$23,377,469
- Impuestos	\$0	\$7,678,350	\$7,678,350	\$7,687,404	\$7,678,350	\$7,696,457	\$7,678,350	\$7,678,350	\$7,705,511	\$7,678,350	\$7,678,350	\$7,714,565	\$7,714,565
= Utilidad despues de impuestos	\$0	\$15,589,377	\$15,589,377	\$15,607,759	\$15,589,377	\$15,626,141	\$15,589,377	\$15,589,377	\$15,644,522	\$15,589,377	\$15,589,377	\$15,662,904	\$15,662,904
- Impuestos	\$0	\$7,678,350	\$7,678,350	\$7,687,404	\$7,678,350	\$7,696,457	\$7,678,350	\$7,678,350	\$7,705,511	\$7,678,350	\$7,678,350	\$7,714,565	\$7,714,565
= Utilidad despues de impuestos	\$0	\$15,589,377	\$15,589,377	\$15,607,759	\$15,589,377	\$15,626,141	\$15,589,377	\$15,589,377	\$15,644,522	\$15,589,377	\$15,589,377	\$15,662,904	\$15,662,904
+ Ajuste por No Desembolrables	\$0	\$295,541	\$295,541	\$295,541	\$295,541	\$295,541	\$295,541	\$295,541	\$295,541	\$295,541	\$295,541	\$295,541	\$295,541
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$54,870,798	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$53,119,589
Preramos	\$54,870,798												\$39,119,253
Recuperación Capital de trabajo													\$13,994,337
Valor de Salvamento													
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$56,660,086	\$914,513	\$914,513	\$914,513	\$914,513	\$914,513	\$914,513	\$914,513	\$914,513	\$914,513	\$914,513	\$914,513	\$914,513
Activos Fijos	\$2,675,700												
Pago Credito (Capital)	\$914,513												
Gastos PREOPERATIVOS	\$14,865,133												
Capital de Trabajo	\$39,119,253												
FLUJO DE CAJA	-\$1,769,268	\$14,970,405	\$14,970,405	\$14,988,767	\$14,970,405	\$14,970,405	\$15,007,163	\$14,970,405	\$14,970,405	\$15,025,550	\$14,970,405	\$14,970,405	\$68,157,521


Cambio Porcentual en las Ventas	-10,00%
Tasa de Retorno	2,55%
Valor Presente Neto	190.719.184
Tasa Interna de Retorno	836,68%



VANITY S.A.S

REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

8.4.4 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio) VARIACION EN +15%



Conceptos	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		\$ 105,800,001	\$ 105,800,001	\$ 105,800,001	\$ 105,800,001	\$ 105,800,001	\$ 105,800,001	\$ 105,800,001	\$ 105,800,001	\$ 105,800,001	\$ 105,800,001	\$ 105,800,001	\$ 105,800,001					
- Costos variables		\$ 40,208,386	\$ 40,208,386	\$ 40,208,386	\$ 40,208,386	\$ 40,208,386	\$ 40,208,386	\$ 40,208,386	\$ 40,208,386	\$ 40,208,386	\$ 40,208,386	\$ 40,208,386	\$ 40,208,386					
- Costos fijos	\$ 0	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332	\$ 22,401,332					
Costos fijos de Producción		\$ 3,652,320	\$ 3,652,320	\$ 3,652,320	\$ 3,652,320	\$ 3,652,320	\$ 3,652,320	\$ 3,652,320	\$ 3,652,320	\$ 3,652,320	\$ 3,652,320	\$ 3,652,320	\$ 3,652,320					
Costos fijos de Administración		\$ 8,976,878	\$ 8,976,878	\$ 8,976,878	\$ 8,976,878	\$ 8,976,878	\$ 8,976,878	\$ 8,976,878	\$ 8,976,878	\$ 8,976,878	\$ 8,976,878	\$ 8,976,878	\$ 8,976,878					
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 9,772,133	\$ 9,772,133	\$ 9,772,133	\$ 9,772,133	\$ 9,772,133	\$ 9,772,133	\$ 9,772,133	\$ 9,772,133	\$ 9,772,133	\$ 9,772,133	\$ 9,772,133	\$ 9,772,133					
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541					
- Ingreso Credito	\$ 0	\$ 557,853	\$ 557,853	\$ 530,418	\$ 557,853	\$ 557,853	\$ 502,982	\$ 557,853	\$ 557,853	\$ 475,547	\$ 557,853	\$ 557,853	\$ 448,112					
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 42,236,889	\$ 42,236,889	\$ 42,234,324	\$ 42,236,889	\$ 42,236,889	\$ 42,236,889	\$ 42,236,889	\$ 42,236,889	\$ 42,236,889	\$ 42,236,889	\$ 42,236,889	\$ 42,346,630					
- Impuestos	\$ 0	\$ 13,938,173	\$ 13,938,173	\$ 13,947,227	\$ 13,938,173	\$ 13,938,173	\$ 13,938,173	\$ 13,938,173	\$ 13,938,173	\$ 13,936,334	\$ 13,938,173	\$ 13,938,173	\$ 13,974,388					
= Utilidad despues de impuestos	\$ 0	\$ 28,298,716	\$ 28,298,716	\$ 28,317,097	\$ 28,298,716	\$ 28,298,716	\$ 28,338,519	\$ 28,298,716	\$ 28,298,716	\$ 28,303,881	\$ 28,298,716	\$ 28,298,716	\$ 28,372,242					
• Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541	\$ 295,541					
• Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 54,870,798	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 55,800,815					
Prestamos	\$ 54,870,798																	
Recuperación Capital de Trabajo													\$ 41,806,478					
Valor de Salvamento													\$ 13,994,327					
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 59,347,312	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513					
Activos Fijos	\$ 2,675,700																	
Pago Credito (Capital)		\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513	\$ 914,513					
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 14,865,133																	
Capital de Trabajo	\$ 41,806,478																	
FLUJO DE CASH	\$ 44,765,513	\$ 27,679,744	\$ 27,679,744	\$ 27,688,125	\$ 27,679,744	\$ 27,679,744	\$ 27,679,744	\$ 27,679,744	\$ 27,679,744	\$ 27,716,507	\$ 27,679,744	\$ 27,679,744	\$ 27,734,889	\$ 27,679,744	\$ 27,679,744	\$ 27,679,744	\$ 27,679,744	\$ 28,554,105

Cambio Porcentual en el Precio	15,00%
Tasa de Retorno	2,55%
Valor Presente Neto	319.993.997
Tasa Interna de Retorno	618,34%



VARIACION EN -15%



Conceptos	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		\$ 78.200.000	\$ 78.200.000	\$ 78.200.000	\$ 78.200.000	\$ 78.200.000	\$ 78.200.000	\$ 78.200.000	\$ 78.200.000	\$ 78.200.000	\$ 78.200.000	\$ 78.200.000	\$ 78.200.000
- Costos variables		\$ 40.308.386	\$ 40.308.386	\$ 40.308.386	\$ 40.308.386	\$ 40.308.386	\$ 40.308.386	\$ 40.308.386	\$ 40.308.386	\$ 40.308.386	\$ 40.308.386	\$ 40.308.386	\$ 40.308.386
- Costos fijos	\$ 0	\$ 22.401.332	\$ 22.401.332	\$ 22.401.332	\$ 22.401.332	\$ 22.401.332	\$ 22.401.332	\$ 22.401.332	\$ 22.401.332	\$ 22.401.332	\$ 22.401.332	\$ 22.401.332	\$ 22.401.332
Costos fijos de Producción		\$ 3.662.320	\$ 3.662.320	\$ 3.662.320	\$ 3.662.320	\$ 3.662.320	\$ 3.662.320	\$ 3.662.320	\$ 3.662.320	\$ 3.662.320	\$ 3.662.320	\$ 3.662.320	\$ 3.662.320
Costos fijos de Administración		\$ 8.976.878	\$ 8.976.878	\$ 8.976.878	\$ 8.976.878	\$ 8.976.878	\$ 8.976.878	\$ 8.976.878	\$ 8.976.878	\$ 8.976.878	\$ 8.976.878	\$ 8.976.878	\$ 8.976.878
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 9.772.133	\$ 9.772.133	\$ 9.772.133	\$ 9.772.133	\$ 9.772.133	\$ 9.772.133	\$ 9.772.133	\$ 9.772.133	\$ 9.772.133	\$ 9.772.133	\$ 9.772.133	\$ 9.772.133
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 295.541	\$ 295.541	\$ 295.541	\$ 295.541	\$ 295.541	\$ 295.541	\$ 295.541	\$ 295.541	\$ 295.541	\$ 295.541	\$ 295.541	\$ 295.541
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 557.853	\$ 557.853	\$ 530.418	\$ 557.853	\$ 557.853	\$ 502.982	\$ 557.853	\$ 557.853	\$ 475.547	\$ 557.853	\$ 557.853	\$ 448.112
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 14.636.889	\$ 14.636.889	\$ 14.664.324	\$ 14.636.889	\$ 14.636.889	\$ 14.631.759	\$ 14.636.889	\$ 14.636.889	\$ 14.719.195	\$ 14.636.889	\$ 14.636.889	\$ 14.746.630
- Impuestos	\$ 0	\$ 4.830.173	\$ 4.830.173	\$ 4.839.227	\$ 4.830.173	\$ 4.830.173	\$ 4.814.291	\$ 4.830.173	\$ 4.830.173	\$ 4.857.334	\$ 4.830.173	\$ 4.830.173	\$ 4.866.388
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 9.806.716	\$ 9.806.716	\$ 9.825.097	\$ 9.806.716	\$ 9.806.716	\$ 9.817.468	\$ 9.806.716	\$ 9.806.716	\$ 9.861.860	\$ 9.806.716	\$ 9.806.716	\$ 9.880.242
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 295.541	\$ 295.541	\$ 295.541	\$ 295.541	\$ 295.541	\$ 295.541	\$ 295.541	\$ 295.541	\$ 295.541	\$ 295.541	\$ 295.541	\$ 295.541
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 54.670.798	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 55.900.815
Préstamos	\$ 54.670.798												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 41.806.478
Valor de Salvamento													\$ 13.994.337
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 59.347.312	\$ 914.513	\$ 914.513	\$ 914.513	\$ 914.513	\$ 914.513	\$ 914.513	\$ 914.513	\$ 914.513	\$ 914.513	\$ 914.513	\$ 914.513	\$ 914.513
Activos Fijos	\$ 2.675.700												
Pago Credito (Capital)		\$ 914.513	\$ 914.513	\$ 914.513	\$ 914.513	\$ 914.513	\$ 914.513	\$ 914.513	\$ 914.513	\$ 914.513	\$ 914.513	\$ 914.513	\$ 914.513
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 14.866.133												
Capital de Trabajo	\$ 41.806.478												
FLUJO DE CASH	-\$ 44.875.518	\$ 9.807.743	\$ 9.807.743	\$ 9.206.125	\$ 9.807.743	\$ 9.807.743	\$ 9.224.507	\$ 9.807.743	\$ 9.807.743	\$ 9.242.889	\$ 9.807.743	\$ 9.807.743	\$ 65.062.085



Cambio Porcentual en el Precio	-15,00%
Tasa de Retorno	2,55%
Valor Presente Neto	130.880.396
Tasa Interna de Retorno	205,28%



VARIACION PORCENTUAL DE PRECIOS PARA PROYECCION ANUAL (15%)

Conceptos	Inversion	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 1.104.000.006	\$ 1.269.600.007	\$ 1.460.040.008	\$ 1.679.046.009	\$ 1.930.902.911
- Costos variables		\$ 483.700.631	\$ 483.700.631	\$ 483.700.631	\$ 483.700.631	\$ 483.700.631
- Costos fijos		\$ 268.815.978	\$ 268.815.978	\$ 268.815.978	\$ 268.815.978	\$ 268.815.978
Costos fijos de Produccion		\$ 43.827.843	\$ 43.827.843	\$ 43.827.843	\$ 43.827.843	\$ 43.827.843
Costos fijos de Administracion		\$ 107.722.535	\$ 107.722.535	\$ 107.722.535	\$ 107.722.535	\$ 107.722.535
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 117.265.600	\$ 117.265.600	\$ 117.265.600	\$ 117.265.600	\$ 117.265.600
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497
- Intereses Credito		\$ 6.419.882	\$ 5.980.916	\$ 5.541.950	\$ 5.102.983	\$ 4.664.017
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 341.517.018	\$ 507.555.986	\$ 698.434.953	\$ 917.879.921	\$ 1.170.175.788
- Impuestos	\$ 0	\$ 112.700.616	\$ 167.493.475	\$ 230.483.535	\$ 302.900.374	\$ 386.158.010
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 228.816.402	\$ 340.062.510	\$ 467.951.419	\$ 614.979.547	\$ 784.017.778
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 54.870.798	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Prestamos	\$ 54.870.798					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 41.806.478
Valor de Salvamento						-\$ 191.650
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 59.347.312	\$ 10.974.160	\$ 10.974.160	\$ 10.974.160	\$ 10.974.160	\$ 10.974.160
Activos Fijos	\$ 2.675.700					
Pago Credito (Capital)		\$ 10.974.160	\$ 10.974.160	\$ 10.974.160	\$ 10.974.160	\$ 10.059.646
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 14.865.133					
Capital de Trabajo	\$ 41.806.478	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
FLUJO DE CAJA	-\$ 4.476.513	\$ 221.388.739	\$ 332.634.847	\$ 460.523.756	\$ 607.551.884	\$ 819.119.457



Tasa Interna de Retorno	35,28%
Valor Presente Neto	889.185.101
Tasa Interna de Retorno	4995,46%



VANITY S.A.S
REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

VARIACION PORCENTUAL DE PRECIOS PARA PROYECCION ANUAL (-15%)

Conceptos	Inversion	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 1.104.000.006	\$ 938.400.005	\$ 797.640.004	\$ 677.994.004	\$ 576.294.903
- Costos variables		\$ 483.700.631	\$ 483.700.631	\$ 483.700.631	\$ 483.700.631	\$ 483.700.631
- Costos fijos		\$ 268.815.978	\$ 268.815.978	\$ 268.815.978	\$ 268.815.978	\$ 268.815.978
Costos fijos de Producción		\$ 43.827.843	\$ 43.827.843	\$ 43.827.843	\$ 43.827.843	\$ 43.827.843
Costos fijos de Administración		\$ 107.722.535	\$ 107.722.535	\$ 107.722.535	\$ 107.722.535	\$ 107.722.535
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 117.265.600	\$ 117.265.600	\$ 117.265.600	\$ 117.265.600	\$ 117.265.600
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497
- Intereses Credito		\$ 6.419.882	\$ 5.980.916	\$ 5.541.950	\$ 5.102.983	\$ 4.664.017
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 341.517.018	\$ 176.355.984	\$ 36.034.949	-\$ 83.172.085	-\$ 184.432.219
- Impuestos	\$ 0	\$ 112.700.616	\$ 58.197.475	\$ 11.891.533	\$ 0	\$ 0
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 228.816.402	\$ 118.158.509	\$ 24.143.416	-\$ 83.172.085	-\$ 184.432.219
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 54.870.798	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 41.614.828
Prestamos	\$ 54.870.798					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 41.806.478
Valor de Salvamento						-\$ 191.650
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 59.347.312	\$ 10.974.160	\$ 10.974.160	\$ 10.974.160	\$ 10.974.160	\$ 10.059.646
Activos Fijos	\$ 2.675.700					
Pago Credito (Capital)		\$ 10.974.160	\$ 10.974.160	\$ 10.974.160	\$ 10.974.160	\$ 10.059.646
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 14.865.133					
Capital de Trabajo	\$ 41.806.478	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
FLUJO DE CAJA	-\$ 4.476.513	\$ 221.388.739	\$ 110.730.846	\$ 16.715.753	-\$ 90.599.748	-\$ 149.330.540



Tasa Interna de Retorno	35,28%
Valor Presente Neto	166.423.352
Tasa Interna de Retorno	-10,72%



VANITY S.A.S

REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

VARIACION PORCENTUAL DE VENTAS PARA PROYECCION ANUAL (10%)

Conceptos	Inversion	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 1.104.000.006	\$ 1.214.400.007	\$ 1.335.840.007	\$ 1.469.424.008	\$ 1.616.366.409
- Costos variables		\$ 483.700.631	\$ 483.700.631	\$ 483.700.631	\$ 483.700.631	\$ 483.700.631
- Costos fijos		\$ 268.815.978	\$ 268.815.978	\$ 268.815.978	\$ 268.815.978	\$ 268.815.978
Costos fijos de Producción		\$ 43.827.843	\$ 43.827.843	\$ 43.827.843	\$ 43.827.843	\$ 43.827.843
Costos fijos de Administración		\$ 107.722.535	\$ 107.722.535	\$ 107.722.535	\$ 107.722.535	\$ 107.722.535
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 117.265.600	\$ 117.265.600	\$ 117.265.600	\$ 117.265.600	\$ 117.265.600
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497
- Intereses Credito		\$ 6.419.882	\$ 5.980.916	\$ 5.541.950	\$ 5.102.983	\$ 4.664.017
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 341.517.018	\$ 452.355.985	\$ 574.234.952	\$ 708.257.919	\$ 855.639.287
- Impuestos	\$ 0	\$ 112.700.616	\$ 149.277.475	\$ 189.497.534	\$ 233.725.113	\$ 282.360.965
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 228.816.402	\$ 303.078.510	\$ 384.737.418	\$ 474.532.806	\$ 573.278.322
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 54.870.798	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 41.614.828
Prestamos	\$ 54.870.798					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 41.806.478
Valor de Salvamento						-\$ 191.650
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 59.347.312	\$ 10.974.160	\$ 10.974.160	\$ 10.974.160	\$ 10.974.160	\$ 10.059.646
Activos Fijos	\$ 2.675.700					
Pago Credito (Capital)		\$ 10.974.160	\$ 10.974.160	\$ 10.974.160	\$ 10.974.160	\$ 10.059.646
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 14.865.133					
Capital de Trabajo	\$ 41.806.478	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
FLUJO DE CAJA	-\$ 4.476.513	\$ 221.388.739	\$ 295.650.847	\$ 377.309.755	\$ 467.105.143	\$ 608.380.001



Tasa Interna de Retorno	35,28%
Valor Presente Neto	746.908.471
Tasa Interna de Retorno	4978,95%



VANITY S.A.S

REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

VARIACION PORCENTUAL DE VENTAS PARA PROYECCION ANUAL (-10%)

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 1.104.000.006	\$ 993.600.005	\$ 894.240.005	\$ 804.816.004	\$ 724.334.404
- Costos variables		\$ 483.700.631	\$ 483.700.631	\$ 483.700.631	\$ 483.700.631	\$ 483.700.631
- Costos fijos		\$ 268.815.978	\$ 268.815.978	\$ 268.815.978	\$ 268.815.978	\$ 268.815.978
Costos fijos de Producción		\$ 43.827.843	\$ 43.827.843	\$ 43.827.843	\$ 43.827.843	\$ 43.827.843
Costos fijos de Administración		\$ 107.722.535	\$ 107.722.535	\$ 107.722.535	\$ 107.722.535	\$ 107.722.535
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 117.265.600	\$ 117.265.600	\$ 117.265.600	\$ 117.265.600	\$ 117.265.600
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497
- Intereses Credito		\$ 6.419.882	\$ 5.980.916	\$ 5.541.950	\$ 5.102.983	\$ 4.664.017
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 341.517.018	\$ 231.555.984	\$ 132.634.950	\$ 43.649.916	\$ -36.392.718
- Impuestos	\$ 0	\$ 112.700.616	\$ 76.413.475	\$ 43.769.533	\$ 14.404.472	\$ 0
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 228.816.402	\$ 155.142.509	\$ 88.865.416	\$ 29.245.444	\$ -36.392.718
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497	\$ 3.546.497
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 54.870.798	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Préstamos	\$ 54.870.798					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 41.806.478
Valor de Salvamento						\$ -191.650
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 59.347.312	\$ 10.974.160	\$ 10.974.160	\$ 10.974.160	\$ 10.974.160	\$ 10.059.646
Activos Fijos	\$ 2.675.700					
Pago Credito (Capital)		\$ 10.974.160	\$ 10.974.160	\$ 10.974.160	\$ 10.974.160	\$ 10.059.646
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 14.865.133					
Capital de Trabajo	\$ 41.806.478	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
FLUJO DE CAJA	-\$ 4.476.513	\$ 221.388.739	\$ 147.714.846	\$ 81.437.753	\$ 21.817.781	-\$ 1.291.040



Tasa Interna de Retorno	35,28%
Valor Presente Neto	279.021.127
Tasa Interna de Retorno	4912,13%



VANITY S.A.S

REFLEJA LO QUE ERES, REFLAJA VANITY

9. CONSIDERACIONES FINALES

Al dar por concluida la investigación necesaria para la creación de SWIMWEAR VANITY S.A.S. llegamos a la conclusión que es una empresa viable en los diferentes sentidos, tanto comercial por su innovación, técnica por el desarrollo del sector en la región antioqueña, legal por la facilidad que se da para la creación de nuevas empresas, organizacional debido a los conocimientos que se tienen en el ambiente empresarial y el aporte de sus socios con el conocimiento para la puesta en marcha del proyecto y financieramente logra ser sostenible, aunque tenemos como desventaja el monto de la inversión inicial y el poco capital que los socios pueden invertir, se analiza que es un producto con una demanda de buen numero que logra al posicionarse en el mercado un buen aumento tanto en la utilidad como rentabilidad de la empresa.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ✓ <http://www.icex.es/icex/cma/contentTypes/common/records/viewDocument/0,,00.bin?doc=4339725>. Febrero 22 de 2.011, 10:00 a.m.
- ✓ <http://translate.google.com/translate?hl=es&langpair=en%7Ces&u=http://www.tradingeconomics.com/Economics/Balance-of-Trade.aspx%3FSymbol%3DUSD>. Febrero 22 de 2.011, 12:00 M.D.
- ✓ <http://translate.google.com/translate?hl=es&langpair=en%7Ces&u=http://www.census.gov/indicator/www/ustrade.html>. Febrero 22 de 2.011, 2:00 p.m.
- ✓ http://www.bbc.co.uk/mundo/ultimas_noticias/2011/04/110401_ultnot_eeuu_desempleo_cifras_ambos.shtml. Marzo 1 de 2.011, 1:00 p.m.
- ✓ [http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Pa%C3%ADses_por_PIB_\(PPA\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Pa%C3%ADses_por_PIB_(PPA)). Marzo 1 de 2.011, 3:00 p.m.
- ✓ http://www.dane.gov.co/daneweb_V09/index.php?option=com_content&view=article&id=103&Itemid=76. Marzo 1 de 2.011, 3:30 p.m.
- ✓ <http://inflacion.com.co/tag/ipp-enero-2011>. Marzo 1 de 2.011, 4:00 p.m.
- ✓ http://www.prie.oas.org/espanol/cpo_usa.asp. Marzo 10 de 2.011, 9:00 a.m.
- ✓ <http://bdigital.eafit.edu.co/bdigital/PROYECTO/P658.11O775/Capitulo1.pdf>. Abril 7 de 2.011, 8:00 a.m.

