



---

## **PLAN DE NEGOCIO**

---

*ARRECIFE LTDA.*

*15 de noviembre de 2011*

### **PARTICIPANTES**

*Gloria Lucia Romero Muñoz*

*Carolina Mesa Ospina*

*Medellín, noviembre de 2011*

## **CONTENIDO - PLAN DE NEGOCIO**

RESUMEN EJECUTIVO	5
1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO	7
2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS	8
3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA	9
3.1 Nombre de la Empresa	9
3.2 Descripción de la Empresa	9
3.3 Misión de la Empresa	9
3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo	10
3.5 Ventajas Competitivas	10
3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir	11
3.7 Relación de productos y/o servicios	11
3.8 Justificación del Negocio	11
3.9 Análisis del entorno y del sector	11
3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio	16
4. ANÁLISIS DEL MERCADO	17
4.1 Objetivos de Mercado	17
4.2 Descripción Del Portafolio De Bienes Y/O Servicios	17
4.3 El Mercado Meta De Los Bienes Y/O Servicios	21
4.3.1 El Mercado Meta	21
4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor	21
4.4 El Mercado Proveedor	24

---

4.4.1 Proveedores	24
4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor	25
4.5 El Mercado Competidor	26
4.5.1 Competidores	26
4.5.2 Estudio del Mercado Competidor	27
4.6 El Mercado Distribuidor	29
4.6.1 Distribución	29
4.6.2 Distribución a través de terceros	29
4.6.3 Manejo de Inventarios	31
4.6.4 Comunicación	33
4.6.5 Actividades de promoción y divulgación	34
4.7 Precios de los Productos	35
4.7.1 Los Precios de los Productos propuestos	35
4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización	35
4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado	37
4.10 Plan de ventas	38
5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)	39
5.1 Objetivos de producción	39
5.2 Descripción del proceso de producción	39
5.3 Capacidad de producción	43
5.4 Plan de Producción	43
5.5 Recursos materiales y humanos para la producción	43
5.5.1 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.	44

5.5.2 Requerimientos de materiales e insumos.	45
5.5.3 Requerimientos de servicios.	46
5.6 Programa de producción	46
6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	48
6.1. Procesos Administrativos	48
6.2 Estructura Organizacional del Negocio	50
6.2.1 Descripción funcional de la Organización	50
6.3 Recursos materiales y humanos para la administración	51
6.3.1 Locaciones	51
6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.	51
6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.	52
6.3.4 Requerimientos de servicios.	52
6.4 Programa de administración:	52
7. ASPECTOS LEGALES	54
7.1 Tipo de Organización empresarial	54
7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades públicas:	54
8. ASPECTOS FINANCIEROS	56
8.1 Estructura Financiera del proyecto	56
8.1.1 Recursos Propios	56
9. CONSIDERACIONES FINALES	67
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	68

## **RESUMEN EJECUTIVO**

A continuación se observa el plan de negocios creado por Arrecife Ltda. Se inicia con la idea de dos estudiantes de hacer real un negocio que realizaban por generar ingresos extras. La decisión de optar por vestidos de baño se tomó con base en determinar que este es un producto que tiene muy buena acogida en el mercado femenino, por las cualidades de elaboración del producto, que son llamativas e innovadoras, además de ser competitivo en precio y calidad, todo con el fin de satisfacer las necesidades de las compradoras.

Luego de tener el producto se inicia la selección del mercado potencial para exportar. Entre varios mercados, arrojó que el mercado de Miami sería ideal para su comercialización, ya que por su ubicación, clima, moda, economía, contactos, entre otros, se muestra como un mercado muy atractivo para iniciar con el proyecto empresarial.

Para la elaboración del producto se adquirieron conocimientos bastante amplios sobre el proceso de producción, los cuales se aplicarán en la elaboración del proyecto, esto complementado con la formación profesional que se recibió en la universidad Esumer serán un gran complemento para el buen desarrollo del plan de negocios.

Para los aspectos financiero, administrativo y legal, se desarrolló otro estudio que arrojó resultados a favor del plan, a continuación se presentan las cifras arrojadas por el simulador financiero:

La inversión total exigible es de \$ 60.501.077 y el disponible es de 55.101.077; por consiguiente es necesario solicitar un préstamo bancario por valor de \$ 5.400.000.

El capital de trabajo disponible es de \$ 49.701.077

Los costos fijos de administración son de \$ 4.102.000 mensuales.

Arrecife Ltda. Estima unas ventas totales del producto de \$18.000.000.

Por último se espera tener una rentabilidad del 6%.

Por todo lo anterior, se determina que este será un gran proyecto y se espera que luego de ser presentado ante el jurado evaluador, su concepto sea positivo con relación a la viabilidad de este.

## 1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Nombre y apellidos: Gloria Lucia Romero Muñoz

Identificación: 43920145      Teléfono: 5809818      Celular: 3004306106

Dirección: Calle 44 N°94-68      Barrio: América      Ciudad: Medellín

Correo electrónico: glr282@gmail.com      Estudios: Técnicos Tecnológicos x  
Universitarios

Nombre y apellidos: Carolina Mesa Ospina

Identificación: 1036600046      Teléfono: 3630232      Celular: 3015305708

Dirección: Carrera 58 N°77-50      Barrio: Santa María      Ciudad: Medellín

Correo electrónico: karomeos4@hotmail.com      Estudios: Técnicos Tecnológicos x  
Universitarios

## **2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS**

El propósito principal es académico, ya que este plan de negocios es presentado para el cumplimiento del proyecto final de la tecnología en curso, a si mismo para la exploración del mercado, para poner en el futuro el desarrollo de este.

### **3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA**

#### **3.1 Nombre de la Empresa**

Arrecife Ltda.

#### **3.2 Descripción de la Empresa**

La empresa arrecife Ltda. es una micro empresa de tipo comercial dedicada a la producción, comercialización y exportación de vestidos de baño femeninos, está ubicada en Medellín-Colombia, el sector económico al cual va dirigido el producto es el de confecciones.

#### **3.3 Misión de la Empresa**

Arrecife Ltda. es una empresa dedicada a la producción y comercialización de vestidos de baño femeninos, se caracteriza por la Calidad, por sus diseños originales, por el alto sentido de la Innovación que busca satisfacer las necesidades de sus clientes. Básicamente se basa en la ética y el respeto por los empleados, teniéndolos así como recurso principal; ya que con su conocimiento y compromiso se lograra el crecimiento de la empresa.

### **3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo**

Desarrollar un estudio de factibilidad para la empresa ARRECIFE LTDA. Que permita establecer la viabilidad de la exportación de vestidos de baño hacia el mercado de MIAMI, con el fin de desarrollarse en el año 2011-2012.

#### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Caracterizar la Empresa ARRECIFE LTDA. Desde el punto de vista de su estructura jurídica, organizacional y operativa.
- Determinar a través del estudio de mercado la oferta, demanda y características específicas de la comercialización de vestidos de baño en el mercado de Miami.
- Analizar los aspectos técnico, económico y financiero para la viabilidad del proyecto
- Presentar claramente la idea del proyecto, a través de una descripción completa del producto y del proceso de producción.

### **3.5 Ventajas Competitivas**

- La oportunidad de mercado sería ingresar con innovación y calidad al mercado de Miami, partiendo de que en Colombia la calidad de las telas y la creatividad aplicada al diseño del vestido de baño podrían tener gran acogida en este mercado.
- Diseños novedosos y guiados por las tendencias actuales de la moda.

- servicio pos-venta y se ofrece luego de la compra garantía de un mes.

### **3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir**

El producto está diseñado para generar confianza, seguridad y elegancia en las mujeres, ya que para ellas es un deseo sentirse y verse bien.

### **3.7 Relación de productos y/o servicios**

Vestidos de baño, posición arancelaria 61.12.41.00.00 Bañadores para mujeres de fibras sintéticas.

### **3.8 Justificación del Negocio**

- Principalmente por ser el proyecto del trabajo de grado.
- La idea y necesidad de nuevos ingresos y plan de negocio.
- La acogida del producto en el mercado femenino

### **3.9 Análisis del entorno y del sector**

Colombia es reconocida internacionalmente como un país que presenta grandes fortalezas en el negocio de los textiles y las confecciones, representando un importante porcentaje del PIB manufacturero 8% y un 3% del PIB nacional.

La crisis actual por la cual atraviesa la industria textil-confecciones obedece a varios factores que se conjugaron en contra del mercado colombiano en los tres últimos años(1), como la caída de la demanda mundial por efectos de la crisis financiera, la revaluación del peso, la baja en los precios internacionales de algunas materias primas, el contrabando como gran responsable de la crisis interna del sector y del desempleo, y el cierre de mercados clave para Colombia, como Ecuador y Venezuela, siendo estos últimos factores, los de mayor incidencia en el comportamiento del sector externo.

---

1 Años 2007, 2008 y 2009.

De acuerdo a las cifras presentadas por el DANE en su Muestra Mensual Manufacturera (MMM), durante los primeros seis meses del año 2009, la producción manufacturera disminuyó 8,4%, frente al reportado en el mismo período de 2008 (0,4%). Este resultado estuvo principalmente explicado por la contracción de la producción de la industria manufacturera, donde el sector confecciones se contrajo en un -24,2%, periodo en el cual se presentó el mayor desplome en la producción del sector y solo en el mes de Junio de 2009 el decrecimiento del sector fue de un -13,9%. Al igual que la producción, los niveles de ventas del sector confecciones presentaron decrecimientos, registrando en Junio de 2009 un decrecimiento del -20,4%.

Para el cierre de 2009 la reducción en la producción confecciones fue del -18,7%.

Estos datos negativos para el sector no frenan los motivos de exportar a estados unidos, ya que siempre ha sido uno de los principales países para la exportación de textiles.

Actualmente ante la crisis económica actual y del sector, la industria está obligada a explorar nuevos ambientes de mercado en busca de diversificación, a favor del crecimiento de las empresas del sector y la internacionalización de la economía. Para ello el Ministerio de Comercio Industria y Turismo ha impulsado el programa de transformación productiva sectores de clase mundial, que plantea mejorar la competitividad del país; donde las empresas trabajen por aumentar sus habilidades en el desarrollo y comercialización de productos y servicios de valor agregado, alcanzar una mayor participación en mercados internacionales, a través de los acuerdos comerciales vigentes y negociados, pero en espera de ratificación en el país, así como también desarrollar habilidades para producir y exportar con costos, calidad y ser competitivos.

### **Características mercado en Estados Unidos**

-Se estima que el mercado de materiales textiles en los Estados Unidos aumentaría a 16,56 millones de toneladas en el 2010, esto corresponde a un crecimiento del 22% con respecto al año 2004.

-Dentro del mercado de materiales textiles, el segmento de fibras textiles representa el 78% y alcanzaría 12,85 millones de toneladas en el 2010. El restante 22% del mercado corresponde a hilados textiles.

-Las fibras sintéticas dominarían el mercado de fibras textiles con una participación de mercado del 56%; las fibras especiales tendrían un 30,25% del mercado y las fibras naturales un 13,46%.

-Dentro de las fibras naturales, las fibras de algodón representan un 97% del mercado.

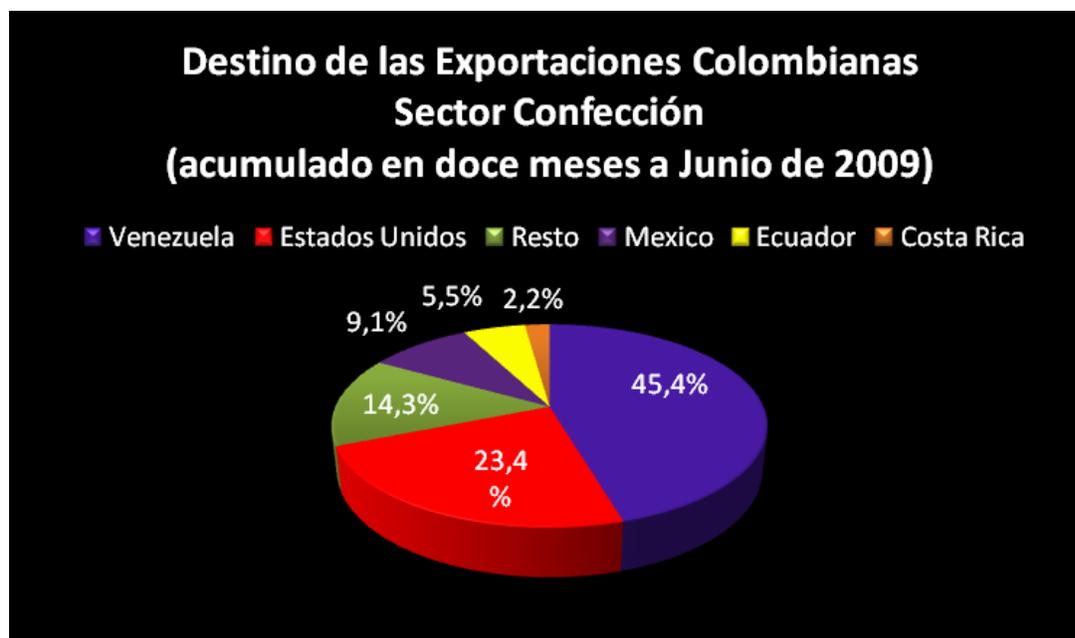
-En el segmento de hilados textiles, los hilados de algodón corresponden a un 78,75% del mercado y, se espera que alcancen 2,95 millones de toneladas en el 2010.

-La tendencia del consumidor a preferir productos naturales en el sector de alimentos y bebidas, se está expandiendo al mercado de materiales textiles. Las ventajas que ofrecen las fibras naturales son: costos bajos, biodegradables y gran absorbencia.

-Para los consumidores es muy atractiva la reputación de limpieza, pureza y ecología de ellas.

-El nylon lidera la fabricación de alfombras y, se ha observado un crecimiento en el uso de tal fibra en el sector de tapicería, ropa deportiva, automotriz y lencería

La cadena textil confecciones colombiana, debe desarrollar grandes habilidades que le permitan enfrentar las amenazas y buscar un mayor acceso a nuevos mercados por la vía de los acuerdos comerciales, pues será la mayor competitividad de los exportadores la que garantizará su afianzamiento en los mercados mundiales.



Fuente: DANE y cálculos ANIF Gráfico: Crediseguro S.A.

## **Perspectivas del sector textil-confecciones 2010-2032**

Si bien el sector textil confecciones ha enfrentado una de las peores crisis en los últimos tres años, hoy tiene la oportunidad de asegurar la posición del sector en el mercado local e internacional, avanzando en el Proyecto de Transformación Productiva Sectores de clase Mundial impulsado por el Ministerio de Comercio, Industria y turismo, el cual busca generar ingresos de al menos US\$ 14.3 mil millones, multiplicando el sector casi cuatro veces y generando 85.000 empleos aproximadamente al 2032.

Con lo anterior estamos conscientes de la crisis por la cual ha atravesado el sector textil, pero también somos conscientes de que se tienen nuevos retos por enfrentar y nuevos mercados por explorar, de este modo se tiene la disposición de afianzar mercados de la mano de la experiencia e innovación.

En el mercado de confecciones, Medellín es una ciudad privilegiada por el mercado de Estados Unidos. Por la versatilidad de su industria textil, la calidad de su mano de obra y la cercanía con Estados Unidos, ha sido una de las ciudades escogida para el ensamble y producción completa de productos textiles dirigidos hacia el mercado de Norteamérica. Medellín es considerada como un líder manufacturero bajo la norma 9802, más conocida como 807, es decir, legislación de ensamble de los Estados Unidos, lo cual otorga una ventaja competitiva de los productos exportados, y que se traduce en una oportunidad para el producto seleccionado en el presente proyecto.

El producto está ubicado en el sector textil, subsector prendas de vestir y confecciones.

### **3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio**

Para entrar al negocio los conocimientos básicos requeridos son:

Técnicamente; conocimientos básicos sobre la manipulación de las maquinas para la costura y fabricación de vestidos de baño.

Legamente; Para el desarrollo del proyecto es necesario constituir la empresa legalmente, lo cual conlleva los siguientes trámites

- Escritura de Constitución
- Registro en Cámara de Comercio
- Solicitud del RUT ante la DIAN
- Registro de la marca
- Solicitud de Código de Barras para las diferentes referencias

## **4. ANÁLISIS DEL MERCADO**

### **4.1 Objetivos de Mercado**

- Identificar en la plaza americana (Miami) posibles nichos de mercado que nos permitan incursionar con los vestidos de baño y lograr reconocimiento y confianza en los compradores.

- En el corto plazo detectar potenciales compradores, caracterizarlos, segmentarlos y estudiar sus necesidades para poder llegar a ellos y cumplir sus expectativas de compra, enfocados en marcar la diferencia frente a la competencia.

- Presentar la idea de negocio de manera clara a través de la caracterización del producto y la descripción de cada una de sus tendencias y procesos.

- Estudiar el mercado de Miami para tener un acercamiento con la cultura, la demanda, la oferta y la capacidad de compra de los posibles consumidores para que en un tiempo de seis meses a un año se puedan conseguir posicionamiento de la marca.

### **4.2 Descripción Del Portafolio De Bienes Y/O Servicios**

Los vestidos de baño se consideran de consumo final ya que están diseñados para satisfacer las necesidades de las mujeres. Estos van dirigido a mujeres entre los 15 y 60 años, ofreceremos las

tallas X, S, M, L y XL con copas A,B, Y C, de modo que haya una amplia variedad de tallaje ya que vamos enfocados a mujeres con mucho gusto y exigencias por las prendas pero que pueden tener medidas mayores al promedio.

Se manejan dos conceptos identificados, a continuación se especifican las características físicas:

## *Active* *GLAMOUR SEXY*

<b>DESCRIPCIÓN</b>	Seducción extrema, mujer innovadora y sofisticada	Libertad, elegancia y vitalidad
<b>SILUETAS</b>	Diseños con cortes que exaltan las formas del cuerpo, bikini en triángulo que se acompaña con mini tanga, cachetero o hilo	Básicos y femeninos al mismo tiempo, bikini en triángulo con tanga o hilo.
<b>MATERIALES</b>	Telas nacionales e importadas, lycra, hilos para el bordado y acabado, accesorios para el decorado (según especificaciones), tela para el forro y diversas clases de copa (según	Fibras naturales como nylon, spandex y lycra.

requerimientos del cliente)

**COLORES**

Negro, animal print, dorado, café

Agua marina, estampados

en flores y colores vivos

**Características Técnicas:**

Generalmente los vestidos de baño son confeccionados con telas de tejido Punto de fibras sintéticas (Poliamida o Poliéster) con alto contenido de Elastano (Lycra) para acoplarse más al cuerpo.

Estas telas deben poseer cualidades especiales como Buena solidez a la luz, al color y al agua de mar para que proporcione buena calidad al vestido de baño, además deben ser cómodas y adaptarse al cuerpo.

El consumo promedio en metro lineal de un vestido de baño es 0.2 a 0.25 mt, o sea 20 a 25 cm (varía depende del diseño). Generalmente los vestidos de baño contienen Forro al interior.

Los vestidos de baño serán empacados en bolsas de tul de 25cm por 35cm amarradas con cinta en satín y accesorio alusivo al mar con el logo llamativo de la marca, según normas de empaque del país de destino.

La vida útil del producto está determinada por el consumidor según sea el cuidado y el uso que se le dé a éste.

Características Subjetivas, Intangibles O Simbólicas:

El vestido de baño es una prenda usada por mujeres de diversas culturas desde el siglo XX, en la mayoría de los casos el uso de estas prendas va ligado al culto, religión, creencias católicas o regímenes sociales instaurados por las jerarquías o mandatos.

Usos Del Producto:

El vestido de baño es una prenda usada para bañarse en lugares públicos como playas ríos o piscinas, para tomar el sol o como opción de traje en lugares cálidos. Cabe anotar que éste no es requerido en lugares nudistas, pero si en una piscina pública, ya que mas allá de si protege al agua o no, más bien es un acto de pudor. En el caso de practicar un deporte se debe usar un vestido de baño especial.

Transporte

Los vestidos de baño serán transportados vía aérea ya que de esta forma se optimiza tiempo, facilitando el cumplimiento y agilidad en la entrega, se considera que es la mejor opción, debido

a las características físicas del producto y el volumen. La cantidad a transportar son 1200 unidades mensuales.

### **4.3 El Mercado Meta De Los Bienes Y/O Servicios**

#### **4.3.1 El Mercado Meta**

El mercado al que nos vamos a dirigir es al de la ciudad de Miami Beach, este cuenta con 308.745.538 habitantes. Del total de la población el 50.52% corresponde a mujeres, lo cual aporta una cifra correspondiente a 156.006.721 mujeres.

#### **4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor**

Validando las opciones de distribución del producto en Miami, se han elegido los siguientes canales que fueron identificados como los posibles consumidores:

- 3 almacenes en Miami
- Ventas por Catalogo
- Ventas por Internet (Facebook)

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

Fuentes secundarias de los últimos años, con base a datos estimados.

-Resultados del estudio de los consumidores

## **Población Consumidora**

La Población que consume el producto en Miami es normalmente la mujer, es ella quien toma la decisión de compra, quien lo elige y quien lo paga.

El segmento al que se dirige el producto es la población de clase media – alta; esto debido a que por la calidad de las telas, los detalles en el diseño y el empaque novedoso que se ofrece, marcan la diferencia y le dan exclusividad al producto.

El motivo de compra básicamente es emocional, esto depende también de las condiciones climáticas del lugar y de la temporada del año en la que se encuentre, teniendo en cuenta que Miami por ser una ciudad costera cuenta en promedio con 3000 horas de sol al año, lo que la convierte en una de las ciudades más soleadas de Estados Unidos.

El mejor tiempo de compra de los vestidos de baño es desde noviembre hasta mediados de mayo, que es cuando los días son cálidos sin ser demasiado calurosos, y las noches son frescas y con baja humedad, aunque teniendo en cuenta que los tiempos de invierno en Miami tiene temperaturas de 13°C a 25°C lo que indica que tampoco es un tiempo muy frío y que no sería una temporada en la que no se pudiera realizar dicha compra.

Para el producto elegidos tenemos dos tipos de trajes de baño: el Glamour sexy y el active, a continuación se describe el estilo de vida, el poder adquisitivo y las características de las prendas.

- Glamour sexy: La consumidora de vestidos de baño que se ocupa en este rango puede definirse como una mujer sofisticada y contemporánea de cualquier edad que demanda materiales de la más alta calidad y un alto nivel de trabajo a mano en las prendas. Tiene un fuerte sentido del "estilo" personal.

Edad: 15-45 años

Estilo de Vida: Activa en el campo personal y profesional con alto poder adquisitivo.

Active: mujeres con un horario ocupado por la familia, el trabajo y el estudio que buscan en las prendas comodidad y seguridad al momento vacacionar o tomar el sol, ya que son diseños que brindan confort y confianza.

Edad: 25 – 60 años

Estilo de vida: Activa en el campo familiar, laboral y deportivo con alto poder adquisitivo

-Determinación de la Demanda

Los vestidos de baño es un producto muy dinámico, la comercialización de este es estacionaria y por épocas.

El promedio de una buena usuaria, está entre 2 prendas por temporada y seis o siete por año.

Nuestra producción va dirigida a las mujeres en el destino de estados unidos- Miami, ya que es un mercado representativo por su turismo internacional y playas que son visitadas por viajeros y visitantes de todo el mundo.

Según Proexport, la comercialización de estas prendas en precios FOB fue de 16,4 millones de dólares, mientras que en el mismo periodo del año anterior se situó en 13,8 millones de dólares. Los principales destinos de estos productos, que en su mayoría son bañadores de punto y fibras sintéticas para mujeres y niñas, son México, Estados Unidos, Venezuela, Ecuador y España.

#### **4.4 El Mercado Proveedor**

##### **4.4.1 Proveedores**

Se cuenta con excelentes proveedores nacionales altamente calificados que suministraran los insumos para la elaboración de los trajes de baño.

Como empresa se subcontrata los servicios de confección, mejorando así la eficiencia, productividad, y competitividad, optimizando así los recursos de la empresa.

MUNDO INSUMOS

Tv 49C 59-44 P 2

MEDELLÍN/ANTIOQUIA

PB 2932160-2510835-2313285

ANGOAR SOLUCIONES LEGALES(marquillas)

Cr 49 50-58 Of 206

MEDELLÍN/ANTIOQUIA

PB 5112501 FX 5119130

ALTERNATIVA DE MODA S.A.

CI 14 52 A-49

MEDELLÍN/ANTIOQUIA

FX 2858711 DT 4447377

BLANCÓPTICO S.A.

Cr 43 G 27-19

MEDELLÍN/ANTIOQUIA

TF 2329207 TF 2323006

C.I. ONDA DE MAR S.A.(sandalias)

CI 14 52A-304

MEDELLÍN/ANTIOQUIA

DT 4480410

INDUBOTÓN S.A.( accesorios)

CI 44 Sur 48-61 Envigado (Ant)

MEDELLÍN/ANTIOQUIA

PB -3398000 FX -3322429

COATS CADENA S.A.(insumos)

Cr 50A 43-13 Itagüí

MEDELLÍN/ANTIOQUIA

PB 3764343 FX 3769014

#### **4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor**

Variables estudiadas del mercado proveedor

De los proveedores enunciados anteriormente se validó aspectos tales como:

- Precios
- Calidad
- Tiempo de entrega
- Trayectoria en el mercado
- Eficiencia
- Respaldo y Garantía.
- Facilidades de pago.

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

El estudio de los proveedores se realizó a través de directorios telefónicos, visitas y páginas web, entablando comunicación telefónica con las diferentes empresas -para conocer más a fondo sus productos y el portafolio de servicios ofrecidos.

#### Aplicación de la Medios

Llamadas y visitas a páginas web.

### **4.5 El Mercado Competidor**

#### **4.5.1 Competidores**

La empresa se cataloga como de libre de competencia, ya que en el mercado existen más empresas que igualmente se dedican a confeccionar este tipo de producto, pero con características y diseños muy diferentes y actualmente ninguna ejerce monopolio.

Las empresas de la competencia son las siguientes:

Nombre	Teléfono	Dirección	Mail
Leonisa	(574) 3506100	Carrera 51 No. 13-158 Med- Colombia	<a href="mailto:info@leonisa.com">info@leonisa.com</a>
Onda de Mar		Carrera 30 No. 8B-103 - Centro Comercial Oviedo	<a href="http://www.ondademar.com">www.ondademar.com</a>
Armonía		Dirección: Cl 49 52-49 L- 128, Medellín, Antioquia	<a href="http://www.armonia.com.co">www.armonia.com.co</a>
Garotas	(574) 255 8501	CALLE 6 SUR 52-62 / MEDELLÍN	<a href="http://www.garotas.com.co">www.garotas.com.co</a>
Cupidos	3528885	Calle 12 sur N°51 c 05	<a href="mailto:exportaciones@cupidos.com">exportaciones@cupidos.com</a>

#### **4.5.2 Estudio del Mercado Competidor**

VARIABLES ESTUDIADAS DEL MERCADO COMPETIDOR.

Con el estudio del mercado competidor se busco investigar empresas que llevan bastante tiempo en el sector y que están posicionadas; como el caso de Leonisa la cual maneja alta tecnología, su imagen es conocida a nivel internacional, tiene una labor social muy popular que apoya el cáncer de seno con la campaña “Leonisa está contigo”, lo que le brinda valor agregado, no solo cuenta con ropa interior femenina, aunque es su prioridad, Leonisa también brinda a los hombres diseños únicos en ropa interior, y cuenta también con una línea para jóvenes y niños.

Para lograr esto, Leonisa ha utilizado diferentes estrategias (exportaciones, montaje de distribuidores en el exterior e inversión extranjera), así como los mercados donde ha tenido presencia (Suramérica, Centroamérica y Europa).

La orientación exportadora que ha tenido este sector en las dos últimas décadas ha sido uno de los principales factores a favor de su desarrollo. Por otro lado, la estructura laboral de este sector se caracteriza por ser intensiva en mano de obra, en la medida en que el factor laboral representa entre el 25% y 30% del costo total.

Los precios del catalogo se acomodan muy bien a las necesidades de todo tipo de clientes, son precios muy satisfactorios:

Vestidos de baño: sus precios se encuentran en un promedio de \$70.000 \$100.000 dependiendo del diseño.

Leonisa se comercializa por medio de sus catálogos y de su página web. [www.leonisa.com](http://www.leonisa.com).

#### Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

El medio por el cual se investigo sobre la competencia se realizo a través de páginas web.

Las empresas competidoras de mayor importancia en su orden son: Leonisa, Onda de Mar y Armonía, teniendo las dos primeras tradición y antigüedad en el mercado, y siendo la tercera más nueva.

Un aspecto importante a destacar es que como empresa, Arrecife manejará varios tallajes, incluidos para mujeres más robustas, esto constituye una gran ventaja y valor agregado sobre la competencia.

Se manejarán precios asequibles y muy competitivos.

En cuanto a los precios de venta de vestidos de baño confeccionados en Estados Unidos, el precio promedio en el mercado de Miami es de \$60 USD, siendo este mucho más alto que el de las empresas competidoras colombianas.

## **4.6 El Mercado Distribuidor**

### **4.6.1 Distribución**

Por las condiciones del producto y las cantidades producidas se enfocó la distribución a un intermediario minorista; ya que es el canal más visible y efectivo para llegar hasta el consumidor final, se analizó que el gran número de las compras que se efectúa en esta ciudad se realiza a través de este sistema. La venta del producto al público se hará a través de las boutiques de Miami Beach puesto que es un producto exclusivo y está dirigido a las clases sociales medias.

### **4.6.2 Distribución a través de terceros**

Se hará a través de las boutiques de Miami Beach puesto que es un producto exclusivo y está dirigido a las clases sociales media – alta.

Defina las variables que se estudiaron del mercado Distribuidor

Se enviaron correos solicitando precios de las comisiones. Aun no se ha recibido la respuesta.

Estrategias y medios para el estudio del mercado distribuidor

Páginas web.

Resultados del Estudio del mercado Distribuidor

-Antonia Secrets, vestidos de baño por catalogo para venta en Miami estados unidos

-Nikki's Beach House, 1561 1/2 Sunset Dr; 305-669-4551

-Jolie, 1546 South Dixie Hwy, Coral Gables; 305-667-4850

Fuerza de ventas

Por ser una empresa pequeña solo se cuenta con 2 personas encargadas para funciones administrativas y de ventas y dos personas subcontratadas para la confección.

Estas dos personas están aptas para la atención del público, tiene gran capacidad de relacionarse con clientes y proveedores, actitud para escuchar y así mismo solucionar las necesidades de los clientes; el costo por ejercer dichas actividades se encuentra incluido en el salario que devengarán mensualmente.

### **4.6.3 Manejo de Inventarios**

Estos serán los bienes de la compañía destinados a la venta o la producción de vestidos de baños para mujeres, tales como materias primas, producción en proceso, artículos terminados y otros materiales, que se utilicen en el empaque de las mercancías o las refracciones para el mantenimiento, que se consuman en el ciclo normal de operaciones.

Los tipos de inventarios que se manejarán serán solo 3, pues la idea es tercerizar el proceso de producción y por ende solo es necesario controlar lo siguiente:

1. Materias primas.
2. Productos en proceso.
3. Productos terminados.

Para comenzar se tiene un inventario inicial, este corresponde a las existencias físicas que tenemos al comenzar el ejercicio económico, este va ubicado en el costo de venta para el estado de pérdidas y ganancias; luego del proceso de producción, se tiene un inventario final, este corresponde al inventario físico que se toma al final del ejercicio económico, debemos tener en cuenta que este se valora al costo y entrara a formar parte de los activos en el balance general y también irá disminuyendo al costo de venta en el estado de pérdidas y ganancias.

Cabe resaltar, que durante nuestro proceso de comercialización y ventas, estamos sujetos a tener inventarios por mercancías en existencia e inventarios por mercancías que estén fuera de colección (Obsoletos) y vencidos.

Para garantizar un excelente manejo de inventarios, debemos controlar la cadena y/o red de distribución, donde analicemos los inventarios excesivos por referencia, sobrecostos en algunos procesos, mal servicio a los clientes (Devoluciones), pérdida de utilidades, bajo rendimiento de activos, baja utilización de capacidades instaladas (control a la tercerización del proceso de producción, entre otras).

El objetivo de nuestra administración de inventario es: mantener disponibles los vestidos de baño al momento de requerir su uso o venta, basados en políticas que permitan decidir cuándo y en cuánto reabastecer el inventario, para no castigar el flujo de caja y capital de trabajo.

Para lograr este objetivo, debemos tener en cuenta:

- a. Número de unidades que debemos producir en un momento y/o negociación determinado
- b. Trabajaremos bajo pedido

Para completar el tema de una administración de inventarios, debemos tener elementos de control más aun cuando se terceriza el proceso de producción, entonces haremos lo siguiente:

- Conteo físico de los inventarios por lo menos una vez al año, no importando cual sistema se utilice.
- Mantenimiento efectivo de compras, recepción, conteo, distribución y procedimientos.
- Almacenamiento y custodia del inventario, para evitar y/o minimizar robo y daño
- Permitir el acceso a conteos físicos de inventario solo a personal que no tiene acceso a registros contables.

- Mantener suficiente inventario disponible que nos permita prevenir situaciones de déficit en el mercado, para no tener pérdidas en ventas.
- Tener inventario de alta rotación, para evitar almacenamiento demasiado tiempo y no congelar dinero.

Por último, nuestra política de inventarios estará basada en las siguiente premisa:

- Fijar un stock mínimo de seguridad y trabajo, para no llenarnos de inventarios por referencia, entendiendo que nuestro proceso de venta es estacional y que depende de cada época del año y el movimiento de la moda Nacional y Mundial.

#### **4.6.4 Comunicación**

1. Defina el nombre comercial del o los productos:

Vestidos de Baño femeninos.

2. Si aplica, incluya especificaciones del empaque, colores distintivos y logo-símbolo para cada producto.

Los vestidos de baño serán empacados en bolsas de tul de 25cm por 35cm amarradas con cinta en satín y accesorio alusivo al mar con él logo llamativo de la marca, según normas de empaque del país de destino.

Se manejaran dos líneas de vestidos de baño, identificados de la siguiente manera:

***GLAMOUR SEXY***

***Active***

3. Para el caso de Creación de Empresa defina el nombre de la Empresa

Arrecife Ltda.

4. Para el caso de Creación de Empresas defina colores distintivos de la Empresa, Logo-Símbolo, etcétera



La letra Arrecife color azul aguamarina, representa el agua de mar de las playas de Colombia, al lado cuenta con un coral de color rosa, representando a su vez el lado femenino.

#### **4.6.5 Actividades de promoción y divulgación**

La promoción para Arrecife será utilizada para reforzar la campaña publicitaria como un medio de acercamiento entre el producto y el público.

Los esfuerzos promocionales se enfocaran tanto en los consumidores finales, como en los intermediarios. Obsequiaremos artículos promocionales tales como: vasos playeros y llaveros.

En los establecimientos de venta por la compra de un traje de baño se le obsequiará uno de los artículos promocionales antes mencionados, con el fin de que por medio de éstos se esté recordando la marca constantemente.

También se ofrecerá un servicio post venta, ofreciendo garantía de un mes.

El producto se ofrecerá por medio de catálogos y por las redes sociales como el facebook.

Las mujeres se informan a través de catálogos exclusivos del producto y publicidad en vallas y avisos.

#### **4.7 Precios de los Productos**

El precio de los vestidos de baño oscilará aproximadamente entre 30,00 USD a 40,00 USD. Este valor se determinó en base a los precios ofrecidos por la competencia, a la calidad de los insumos, al nicho de mercado que va dirigido y al empaque ofrecido.

##### **4.7.1 Los Precios de los Productos propuestos**

<b>Línea</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio</b>
<b>Glamour sexy</b>	seducción extrema, innovadora y sofisticada	\$ 28, 00 USD
<b>Active</b>	Libertad, elegancia y vitalidad	20, 00 USD

#### **4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización**

Comercialización:

El objetivo será generar y/o aumentar las ventajas competitivas de nuestra empresa a través del tiempo, minimizar los costos y generar valor agregado que permita diferenciación en el mercado.

Para realizar nuestra distribución física internacional vamos a tener presente las siguientes actividades:

1. La carga para transportar:

Lo primero que debemos decir, es que nuestro producto es carga general, liviana y sin ninguna restricción de transporte, en consecuencia, nuestra distribución puede llegar a ser un poco más sencilla.

Utilizaremos como unidad de medida, las unidades (unidad de vestido de baño), además se empacaran en cajas de docenas, esto para facilitar su manipulación, por último nos ayuda a garantizar la unitarización de la carga en el modo de transporte que se va a utilizar.

2. El termino de negociación:

A nivel internacional existe los Incoterms versión 2010, lo más conveniente es utilizar un término de negociación que nos ayude a sopesar riesgos y responsabilidades, investigando el mercado global de la comercialización de vestidos de baños y comparando con los términos más utilizados por los empresarios Colombianos, llegamos a la conclusión se usar el término CFR (Costo, seguro y flete), con el ánimo de tener una buena aceptación a nivel internacional.

3. El transporte:

El transporte se debe elegir, con base a nuestra promesa de venta, para el ejercicio, consideramos el transporte aéreo como el más idóneo y competitivo, pues el producto final, es de consumo exclusivo, con valores de ventas que soportan un impacto en temas de flete de transporte y finalmente lo que necesitamos es vender servicio, disponibilidad y tiempo, estamos seguras que con esta elección le daremos competitividad al negocio.

4. El costo, el tiempo y la calidad de entrega:

Finalmente, el costo se diluye en la oportunidad de venta, el llegar al mercado en el momento apropiado para la venta, garantiza nivel de servicio, ventas y aceptación, de esta forma creemos que utilizar el modo de transporte aéreo apoya nuestra gestión de venta, ganamos en costo, tiempo y garantizamos calidad en todo el tema logístico, respaldo, valor agregado y diferenciación.

#### **4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado**

##### Oportunidades del mercado

- Tratados comerciales (TLC)
- Crecimiento de la economía
- Posicionamiento de la marca
- Mercado cambiante

##### Riesgos del mercado

- Nuevos competidores
- Mercado cambiante
- Poca experiencia en el Mercado
- Capacidad Financiera deficiente.

#### **4.10 Plan de ventas**

Haciendo un análisis de los estudios anteriores Arrecife Ltda venderá mensualmente entre 400 y 600 unidades.

## **5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)**

### **5.1 Objetivos de producción**

El principal objetivo es determinar después del estudio técnico, cual es la viabilidad del proyecto analizando los costos de la producción, la maquinaria y los equipos necesarios en el corto y mediano plazo, así mismo la capacidad con la que se cuenta para el desarrollo de este.

### **5.2 Descripción del proceso de producción**

#### VESTIDOS DE BAÑO:

La producción de los vestidos de baño se lleva a cabo de la siguiente manera

1. Se elabora el diseño de la prenda
2. se elabora la mordería según la tela y la talla
3. se elabora el trazo de acuerdo a la programación del molde
4. se realiza el corte de tela según el trazo
5. se unen las diferentes partes de tela por medio de hilo
6. se realizan los acabados finales que comprenden bordados, tejidos especiales o cortes con laser.
7. se empaacan las prendas en bolsas de tul para protegerlas.

Se desenrolla la tela y el forro sobre una mesa en capas dependiendo de la cantidad a cortar, los cortadores realizan el trazo de cada una de las piezas del vestido de baño, luego se pone encima de las telas extendidas y se procede al corte, luego se separan las referencias y se envían a confección, se procede al armado de la prenda se envía a revisión de calidad y terminación luego se pasa al área de decoración y por último el empaque de la prenda.

Para la elaboración del vestido de baño se requiere de los siguientes roles:

1. Diseñador
2. Trazador
3. Cortador
4. Confeccionistas
5. Programador de producción, compras, calidad y bodegaje

El primer paso para el proceso de producción de los vestidos de baño, es la realización de un trazo, con cada una de las piezas que componen la prenda y en las diferentes tallas. Luego se verifican las necesidades de materias primas e insumos, con respecto a las cantidades a producir. Cuando tenemos estos datos, procedemos a extender la tela exterior e interior (forro), sobre la mesa, mirando la cantidad de capas que se necesiten, con respecto a las unidades a producir.

Luego de que las telas estén extendidas en su totalidad, se le adhiere el trazo, verificando que las medidas del mismo, estén dentro del tamaño de la tela extendida. Después de que el trazo esta sobre la tela, se procede al corte. A medida que se vaya haciendo el corte, se van separando las piezas de la prenda, por talla o referencia, según sea el caso. Cuando el corte está totalmente

listo, se pasa al área de confección, en esta área se procede al armado de la prenda. Una vez sale la prenda de confección, se pasa para el área de calidad, allí se verifica que la prenda cumpla todas las especificaciones técnicas y cualitativas del producto. Se sacan las imperfectas (sea por tela o por calidad de la confección o corte). Luego de terminar este proceso se pasa al área de montaje de accesorios y decoración, donde se encargan de darle el toque final y característico al producto.

Posterior al proceso de decoración, se pasa al área de empaque, donde se le da el último toque a la prenda y se deja a disposición del área de logística, para ser despachada.

#### Factores a tener en cuenta en el Proceso de diseño

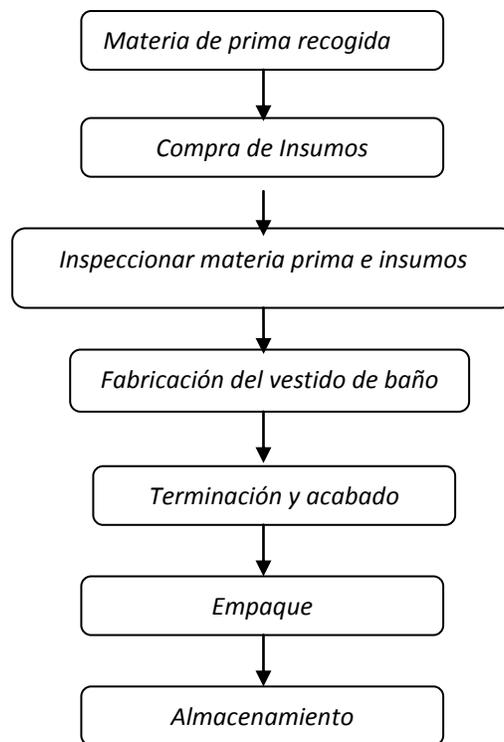
Además de definir la estructura de la colección, de especificar cuántos bikinis se producirán, comienza el proceso de diseño de acuerdo con las tendencias del momento. En el computador, se acoplan los colores con las propuestas de estampados que recibe de la diseñadora gráfica. El área de estampación recibe una ficha de color en la que se especifica la referencia, el tipo de tela y las particularidades de cada prenda. El objetivo es tener una muestra física a la que se le hacen pruebas manuales para comprobar que la calidad, el color y el diseño sean óptimos.

Luego de que una modelo de tallaje se mide la pieza, se hacen las correcciones pertinentes a cada molde para que la encargada de hacer los trazos defina cuántas piezas saldrán de cada porción de tela. Este paso es fundamental porque es aquí donde se define cuánto material se necesitará para obtener la cantidad que se requiere.

Después de especificar los costos de producción, según los insumos y los materiales empleados, en el área de Corte se extienden varias capas de tela a las que se les superpone una plantilla con la forma de las piezas, ya sean tangas, triángulos, cacheteros o bikinis. Una máquina cortadora sigue las líneas con absoluta precisión. Luego los paquetes con las piezas pasan a producción donde se encargan de armar el traje de baño.

### Diagrama de flujo del proceso

A continuación se muestra el diagrama de fabricación del vestido de baño.



### **5.3 Capacidad de producción**

Se requieren 2 personas subcontratadas que se encargaran del proceso operativo y del diseño. Para producir 25 0 30 vestidos de baños por proceso, que tarda de 2 a 3 días para una producción final de 400 a 600 vestidos de baño

### **5.4 Plan de Producción**

La programación de producción que se tiene programada por mes es de confeccionar 400 unidades del producto glamour sexy, y 200 unidades de Active.

### **5.5 Recursos materiales y humanos para la producción**

Locaciones

Para la adecuación de la planta física, se requiere un espacio aproximado de 55 m<sup>2</sup>. Que será distribuido de la siguiente forma:

- El almacenamiento o bodega para las prendas comprende un espacio de 10 m<sup>2</sup> en el cual se ubicaran las estanterías para el almacenamiento de la mercancía y los insumos.
- Se cuenta con la zona administrativa donde se encuentran ubicados los puestos de la diseñadora y la persona encargada de administrar el negocio, además de la cocineta y servicios sanitarios que comprende un área de 45 m<sup>2</sup>.

### **5.5.1 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.**

Para la elaboración de los vestidos de baño y el funcionamiento de la planta física requerimos de los siguientes equipos y maquinaria (cabe aclarar que las maquinas no se tienen q comprar, ya que el servicio de confección, las tiene incluidas con las operarias)

#### Maquinaria para la confección:

- Cortadora
- Fileteadora
- Plana
- Resortadora

#### Equipos de oficina:

- Dos computadores
- Impresora multifuncional
- Tijeras
- Muebles
- Calculadora
- Teléfonos
- Fax
- Escritorio
- Papeleras

Elementos Complementarios

- Lámparas
- Estanterías
- Canastas
- Ventilador
- Tiqueteadoras

**5.5.2 Requerimientos de materiales e insumos.**

La materia prima e insumos para la producción del producto son:

- La tela, que es especial para el vestido de baño, puede ser nacional o importada.
- Forro
- Accesorios de decoración ( lentejuela, bisutería, hilos)
- Material elástico
- Nylon
- Espuma

Insumos

- Hilo
- Agujas
- Carreteles

Estos son precios que actualmente maneja el mercado para los materiales que se necesitan para la producción del producto.

Materiales

Tela	\$56.000 kilo
Forro	\$8.000 mt
Hilo	\$3.000
Elástico	\$8.000
Adornos	\$10.000
Lentejuela	\$2.000
Nylon	\$4.000
Mano de obra	\$10.000 a 15.000

**5.5.3 Requerimientos de servicios.**

Los servicios requeridos para el funcionamiento de la empresa son:

- servicios públicos (agua, luz, teléfono, internet)

**5.6 Programa de producción**

Para la elaboración de los vestidos de baño se requiere de los siguientes roles y en cada uno de ellos se explicara el perfil o competencias requeridas.

- **Diseñador:** básicamente al diseñador de modas lo debe distinguir su capacidad de liderazgo, innovación, creatividad y juicio técnico. su pensamiento debe estar abierto a otras culturas e idiosincrasia, que le permita valorar con amplitud de criterio las necesidades sociales

del vestir de los diferentes sectores de la población, en este caso para la creación de los vestidos de baño.

- **Trazador y cortador:** Persona con experiencia en cortar y preparar las diferentes piezas que componen cada modelo específico, a partir de materiales de base y según lo dispuesto en las fichas técnicas y ordenes de fabricación auxiliado en patrones y equipos de corte optimizando el consumo de materias primas y respetando la legislación de seguridad e higiene en el trabajo.

- **Confeccionista:** Ejecutar tareas productivas y operar maquinas de confección textil de tipo industrial así como equipos, herramientas y accesorios propios de la ocupación. Efectuar el acondicionamiento de las maquinas de confecciones industriales. Desarrollar, verificar y ejecutar el control de calidad durante el proceso.

- **Programador de Producción:** Organizar y controlar la producción textil, en todas sus fases de acuerdo a normas de correcta fabricación, verificando el cumplimiento de las normas de seguridad y los parámetros de calidad establecidos.

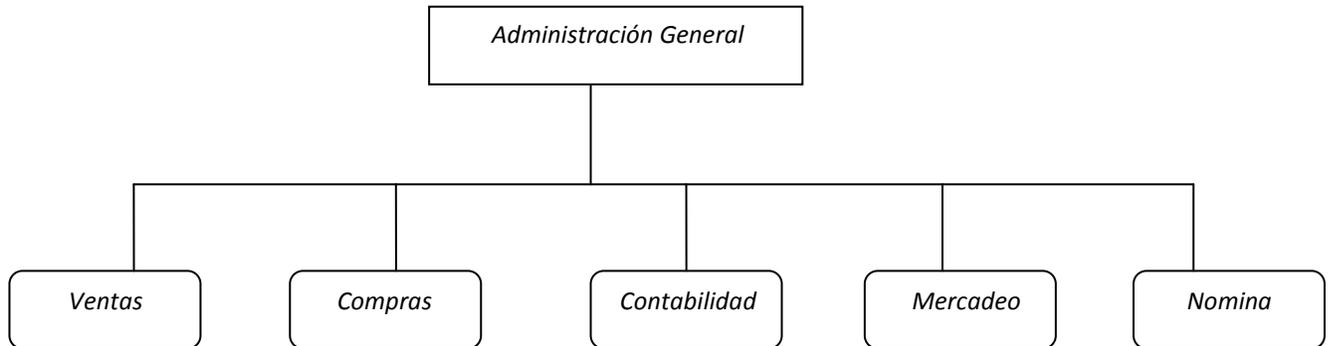
6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1. Procesos Administrativos

Actividad	Descripción	Como se hace	Con que se hace	En cuanto tiempo se hace	Donde se hace
<b>Ventas</b>	Encargado de vender, hacer pedido y cobrar	-asesorías -visitas	-teléfono - moto o carro - correo electrónico	Se hace tres veces a la semana	En la oficina de los cliente, o en punto de encuentro
<b>Compras</b>	Compra de insumos y materia prima	Contactando los proveedores	Con vistas, telefónicamente e intercambiando información vía e-mail	Se hace cuando se considere necesario	En el punto de venta del proveedor o servicio a domicilio
<b>Contabilidad</b>	Registros contables, balances PYG, estados de resultados	Registrando los movimientos diarios y llevando control de todos	Con programas contables que faciliten llevar estos registros	Se debe registrar todos los días del mes para no perder el	En la oficina

		los temas		control	
		financieros,			
		entradas y			
		salidas			
<b>Mercadeo</b>	Campañas publicitarias, promociones, pagina web	Se utiliza la estrategia según el producto a impulsar	Con la ayuda de un profesional	El tiempo que se requiera para poder preparar una promoción o una anuncio publicitario	En la oficina
<b>Nomina</b>	Pago a proveedores, empleados, seguridad social y servicios públicos	Destinando el dinero requerido para el pago de cada obligación	Se realiza a través de pagos en efectivo, transferencias y cheques	En las fechas indicadas, según se haya pactado	-En el banco -En la oficina

## 6.2 Estructura Organizacional del Negocio



### 6.2.1 Descripción funcional de la Organización

#### Ventas

- Encargado de vender, hacer pedidos y cobrar

#### Compras

- Realiza la compra de los insumos y la materia prima

#### Contabilidad

- Lleva los registros contables, balances PYG, estados de resultados

#### Mercadeo

- Realiza campañas publicitarias y promociones, creación de pagina web

#### Nomina

- Pago a proveedores, empleados, seguridad social y servicios públicos.

### 6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

#### 6.3.1 Locaciones

Se cuenta con la zona administrativa donde se encuentran ubicados los puestos de la diseñadora y la persona encargada de administrar el negocio, además de la cocineta y servicios sanitarios que comprende un área de 45 m<sup>2</sup>.

El local es propio, no se realizó inversión en la adquisición; pero se pagará arriendo por valor de \$400.000 mensuales porque este pertenece a una de las creadoras del proyecto que lo puso a disposición.

#### 6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

Por ser un proyecto pequeño y que básicamente no necesitamos la maquinaria para la confección en el local.

Para la administración se requiere:

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Proveedor</b>	<b>precio</b>
Computador de escritorio	1	QUICK SISTEM	\$1.200.000
Computador portátil	1	Propio	\$1.800.000
Sillas y muebles	2	Rambler	\$1.400.000
Escritorio	1		\$600.000

### 6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

Los materiales requeridos para la oficina, serán:

Descripción	Cantidad	Proveedor	Precio
Resma de papel	2	Mundial del papel	\$50.000
Lapiceros y portaminas	4	La Bristol	\$10.000
Cosedora	2	La Bristol	\$12.000
Borrador y corrector	2	La Bristol	\$12.000
Resaltador, ganchos, clips	6	La Bristol	\$16.000

### 6.3.4 Requerimientos de servicios.

Los servicios requeridos para el funcionamiento de la empresa son:

Servicios públicos (agua, luz, teléfono, internet)

La factura total son: \$ 160.000

Telmex: \$80.000 (Internet wifi)

Epm: \$80.000 (servicios Públicos)

### 6.4 Programa de administración:

Para la iniciación del proyecto, tenemos algunas actividades preoperativas:

- Contratación de las operarias

- Contratación del negocio de confecciones.
- Capacitación del personal.

## **7. ASPECTOS LEGALES**

### **7.1 Tipo de Organización empresarial**

Sociedad Limitada.

### **7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades públicas:**

- Escritura de Constitución
- Registro en Cámara de Comercio
- Solicitud del RUT ante la DIAN
- Registro de la Marca
- Solicitud de Código de Barras para las diferentes referencias

Para lo anterior se tiene estipulado un valor de \$ 500.000.

### **NORMAS DE ETIQUETADO Y EMPAQUE**

Las leyes para productos textiles obligan a que cada bien indique

1. país de origen
2. el contenido de las fibras
3. Número de identificación registrado, nombre de la empresa que manufactura, importe,

comercialice, distribuye o manipule el producto textil.

4. Toda la información requerida debe estar en inglés, todo producto textil debe estar marcado de manera apropiada y su etiqueta debe reflejar el país de origen de la prenda, esta etiqueta debe ser pegada de manera permanente en la tela, conspicua (visible, sobresaliente), legible debe ser de manera indeleble, en la etiqueta debe estar denotado el país que elaboro la prenda es un requerimiento que exige la aduana de los estados unidos Ejemplo. Made in Colombia.

Las etiquetas deben ser claras en cuanto a determinar el país de origen y no deben ser sujetas a falsedad, si el producto es en parte elaborado en EEUU y en parte de productos extranjeros cada producto textil parcialmente hecho en un país extranjero y en EEUU debe contener esta información en su etiqueta.

Si el vestido de baño tiene secciones separadas con distintas composiciones de fibras, el contenido de cada sección debe ser identificado de manera separada en la etiqueta Ej. 80% Cotton, 20% nylon.

Además se deben identificar los cuidados que lleva cada prenda por ejemplo debe ser lavado a mano, no secar en el sol, no utilizar detergentes fuertes que afecten o varíen la calidad de la prenda.

## **8. ASPECTOS FINANCIEROS**

### **8.1 Estructura Financiera del proyecto**

#### **8.1.1 Recursos Propios**

Los socios son: Gloria Lucia Romero Y Carolina Mesa Ospina.

INFORMES SEGÚN SIMULADOR FINANCIERO.

**VENTAS:**

Proyecto:	Arrecife Ltda
Fecha:	30/11/2011 18:00
Responsable:	Gloria Lucia Romero Muñoz

**VENTAS TOTALES POR PRODUCTO**

	<b>Ventas</b>	<b>Participación del total Ventas</b>
<b>PRODUCTOS</b>		
Glamour Sexy	\$ 11.666.666,7	64,81%
Active	\$ 6.333.333,3	35,19%
Producto 3	\$ 0,0	0,00%
<b>VENTAS TOTALES (VT)</b>	<b>\$ 18.000.000,1</b>	<b>100,00%</b>

## ESTRUCTURA FINANCIERA

Proyecto: Arrecife Ltda  
Fecha: 30/11/2011 18:00  
Responsable: Gloria Lucia Romero Muñoz

DERECHOS RESERVADOS © 2008 Carlos Mario Morales C

### INVERSIONES (EXIGIBLES y DISPONIBLES)

Inversiones	Exigibles (Valor)	Disponible	Requerimiento Financiero
Activos Fijos	\$ 10.100.000,0	\$ 4.700.000,0	\$ 5.400.000,0
Gastos Preoperativos	\$ 700.000,0	\$ 700.000,0	\$ 0,0
Capital de Trabajo	\$ 49.701.077,0	\$ 49.701.077,0	\$ 0,0

<b>Total Requerimientos Financieros</b>	<b>\$ 5.400.000,0</b>
---	-----------------------

**ESTRUCTURA DE COSTOS**

Proyecto: Arrecife Ltda  
 Fecha: 30/11/2011 18:00  
 Responsable: Gloria Lucia Romero Muñoz

DERECHOS RESERVADOS © 2008 Carlos Mario Morales C.

COSTOS TOTALES									
PRODUCTOS	Total Costos Variables por Producto		Ventas Unidades	Costo Variable total	Participación Ventas	Costos Unitario Total Ponderado por Producto	COSTOS FIJOS		
Glamour Sexy	\$ 20.800,0		233	\$ 4.853.333,4	64,81%	\$ 33.027,78	TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN		\$ 0,0
Active	\$ 15.238,5		167	\$ 2.539.743,6	35,19%	\$ 24.531,57	TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN		\$ 4.102.000,0
Producto 3	\$ 0,0		0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS		\$ 300.000,0
Producto 4	\$ 0,0		0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	<b>COSTOS FIJOS TOTAL (CFT)</b>		\$ 4.402.000,0
Producto 5	\$ 0,0		0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	<a href="#">Volver al Menu Principal</a>		
Producto 6	\$ 0,0		0	\$ 0,0	0,00%	\$ -			
Producto 7	\$ 0,0		0	\$ 0,0	0,00%	\$ -			
Producto 8	\$ 0,0		0	\$ 0,0	0,00%	\$ -			
Producto 9	\$ 0,0		0	\$ 0,0	0,00%	\$ -			
Producto 10	\$ 0,0		0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	<b>RESUMEN COSTOS</b>		
Producto 11	\$ 0,0		0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	Cuenta	Valor	Participación
Producto 12	\$ 0,0		0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	Total Costos Variables	\$ 7.393.076,9	62,68%
Producto 13	\$ 0,0		0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	Total Costos fijos de producción	\$ 0,0	0,00%
Producto 14	\$ 0,0		0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	Total Costos fijos de administración	\$ 4.102.000,0	34,78%
Producto 15	\$ 0,0		0	\$ 0,0	0,00%	\$ -	Total Costos fijos de Comercializacion y Ventas	\$ 300.000,0	2,54%
<b>COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)</b>				\$ 7.393.076,9			Costos Totales	\$ 11.795.076,9	100,00%

**CAPITAL DE TRABAJO**

Proyecto: Arrecife Ltda  
 Fecha: 30/11/2011 18:00  
 Responsable: Gloria Lucia Romero Muñoz

DERECHOS RESERVADOS © 2008 Carlos Mario Morales C

**CAPITAL DE TRABAJO**

	<b>CUENTA</b>	<b>VALOR</b>
Requerimientos de Efectivo		\$ 11.089.615
	Costos Variables	\$ 0
	Costos Fijos de Producción	\$ 6.153.000
	Costos Fijos de Administración	\$ 450.000
	Costos Fijos de Comercialización y Ventas	

	<b>CUENTA</b>	<b>VALOR</b>
Activo Corriente		\$ 17.692.615
	Cuentas por Cobrar	\$ 11.089.615
	Inventarios productos	\$ 11.089.615
	Inventario de Materia Prima	

	<b>CUENTA</b>	<b>VALOR</b>
Pasivo Corriente		\$ 4.928.718
	Materia Prima	\$ 0
	Fijos de Produccion	\$ 2.734.667
	Administrativos	\$ 200.000
	Comercialización y Ventas	

**INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO****\$ 49.701.077**

**PUNTO DE EQUILIBRIO**

PUNTO DE EQUILIBRIO TOTAL					
Producto o Servicio	Cantidad a Vender por Mes	Costo Variable Unitario/CMV	Precio de Venta Unitario	Costo Variable Total	Venta Total
Glamour Sexy	233	\$ 20.800,00	\$ 50.000,00	\$ 4.853.333,35	\$ 11.666.666,72
Active	167	\$ 15.238,46	\$ 38.000,00	\$ 2.539.743,59	\$ 6.333.333,34
Producto 3	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 4	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 5	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 6	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 7	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 8	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 9	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 10	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 11	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 12	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 13	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 14	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 15	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>VALORES TOTALES</b>				<b>\$ 7.393.076,95</b>	<b>\$ 18.000.000,05</b>

PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO			
Margen Contribucion Unitario	Participacion Ventas	Punto Equilibrio (Unidades)	Punto Equilibrio (Pesos)
\$ 29.200,00	64,81%	97,71	#####
\$ 22.761,54	35,19%	68,05	#####
\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
\$ 0,00	0,00%	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!

Costo Variable promedio =	41,07%	Punto de Equilibrio (%) =	41,50%
Margen de contribución (\$) =	\$ 10.606.923,108	Punto de Equilibrio (\$) =	\$ 7.470.215,39
Margen de contribución (%) =	58,93%		

[Volver al Menu Principal](#)

## ESTADO DE RESULTADOS

Proyecto: Arrecife Ltda  
 Fecha: 30/11/2011 21:11  
 Responsable: Gloria Lucia Romero Muñoz

DERECHOS RESERVADOS © 2008 Carlos Mario Morales C

### FLUJO DE CAJA (MENSUAL) Y EVALUACION FINANCIERA

VENTAS PROYECTADAS (Unidades)	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
Medias	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Bajas	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Consolidado	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
<b>+ Ingresos por venta</b>		\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000
<b>- Costos variables</b>		\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077
<b>- Costos fijos</b>	\$ 0	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000
Costos fijos de Producción		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Costos fijos de Administración		\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000
<b>- No Desembolsables</b>	\$ 0	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778
<b>- Intereses Credito</b>	\$ 0	\$ 81.000	\$ 78.750	\$ 76.500	\$ 74.250	\$ 72.000	\$ 69.750	\$ 67.500	\$ 65.250	\$ 63.000	\$ 60.750	\$ 58.500	\$ 56.250
<b>= Utilidad Antes de Impuestos</b>	\$ 0	\$ 5.926.145	\$ 5.928.395	\$ 5.930.645	\$ 5.932.895	\$ 5.935.145	\$ 5.937.395	\$ 5.939.645	\$ 5.941.895	\$ 5.944.145	\$ 5.946.395	\$ 5.948.645	\$ 5.950.895
<b>- Impuestos</b>	\$ 0	\$ 1.955.628	\$ 1.956.370	\$ 1.957.113	\$ 1.957.855	\$ 1.958.598	\$ 1.959.340	\$ 1.960.083	\$ 1.960.825	\$ 1.961.568	\$ 1.962.310	\$ 1.963.053	\$ 1.963.795
<b>= Utilidad despues de Impuestos</b>	\$ 0	\$ 3.970.517	\$ 3.972.025	\$ 3.973.532	\$ 3.975.040	\$ 3.976.547	\$ 3.978.055	\$ 3.979.562	\$ 3.981.070	\$ 3.982.577	\$ 3.984.085	\$ 3.985.592	\$ 3.987.100
<b>+ Ajuste por No Desembolsables</b>	\$ 0	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778
<b>+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)</b>	\$ 5.400.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 58.127.744
Prestamos	\$ 5.400.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 49.701.077
Valor de Salvamento													\$ 8.426.667
<b>- Otros Egresos no deducibles de impuesto</b>	\$ 60.501.077	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000
Activos Fijos	\$ 10.100.000												
Pago Credito (Capital)		\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 700.000												
Capital de Trabajo	\$ 49.701.077												
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 55.101.077</b>	<b>\$ 4.018.295</b>	<b>\$ 4.019.803</b>	<b>\$ 4.021.310</b>	<b>\$ 4.022.818</b>	<b>\$ 4.024.325</b>	<b>\$ 4.025.833</b>	<b>\$ 4.027.340</b>	<b>\$ 4.028.848</b>	<b>\$ 4.030.355</b>	<b>\$ 4.031.863</b>	<b>\$ 4.033.370</b>	<b>\$ 62.162.621</b>

Tasa Interna de Retorno	6,00%
Valor Presente Neto	7.536.198
Tasa Interna de Retorno	7,60%

[Volver al Menu Principal](#)

## FLUJO DE CAJA

Proyecto: Arrecife Ltda  
 Fecha: 30/11/2011 21:11  
 Responsable: Gloria Lucia Romero Muñoz

DERECHOS RESERVADOS © 2008 Carlos Mario Morales C

### FLUJO DE CAJA (MENSUAL) Y EVALUACION FINANCIERA

VENTAS PROYECTADAS (Unidades)	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
Medias	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Bajas	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Consolidado	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
<b>+ Ingresos por venta</b>		\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000
<b>- Costos variables</b>		\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077
<b>- Costos fijos</b>	\$ 0	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000
Costos fijos de Producción		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Costos fijos de Administración		\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000
<b>- No Desembolsables</b>	\$ 0	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778
<b>- Intereses Credito</b>	\$ 0	\$ 81.000	\$ 78.750	\$ 76.500	\$ 74.250	\$ 72.000	\$ 69.750	\$ 67.500	\$ 65.250	\$ 63.000	\$ 60.750	\$ 58.500	\$ 56.250
<b>= Utilidad Antes de Impuestos</b>	\$ 0	\$ 5.926.145	\$ 5.928.395	\$ 5.930.645	\$ 5.932.895	\$ 5.935.145	\$ 5.937.395	\$ 5.939.645	\$ 5.941.895	\$ 5.944.145	\$ 5.946.395	\$ 5.948.645	\$ 5.950.895
<b>- Impuestos</b>	\$ 0	\$ 1.955.628	\$ 1.956.370	\$ 1.957.113	\$ 1.957.855	\$ 1.958.598	\$ 1.959.340	\$ 1.960.083	\$ 1.960.825	\$ 1.961.568	\$ 1.962.310	\$ 1.963.053	\$ 1.963.795
<b>= Utilidad despues de Impuestos</b>	\$ 0	\$ 3.970.517	\$ 3.972.025	\$ 3.973.532	\$ 3.975.040	\$ 3.976.547	\$ 3.978.055	\$ 3.979.562	\$ 3.981.070	\$ 3.982.577	\$ 3.984.085	\$ 3.985.592	\$ 3.987.100
<b>+ Ajuste por No Desembolsables</b>	\$ 0	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778
<b>+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)</b>	\$ 5.400.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 58.127.744
Prestamos	\$ 5.400.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 49.701.077
Valor de Salvamento													\$ 8.426.667
<b>- Otros Egresos no deducibles de impuesto</b>	\$ 60.501.077	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000
Activos Fijos	\$ 10.100.000												
Pago Credito (Capital)		\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 700.000												
Capital de Trabajo	\$ 49.701.077												
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 55.101.077</b>	<b>\$ 4.018.295</b>	<b>\$ 4.019.803</b>	<b>\$ 4.021.310</b>	<b>\$ 4.022.818</b>	<b>\$ 4.024.325</b>	<b>\$ 4.025.833</b>	<b>\$ 4.027.340</b>	<b>\$ 4.028.848</b>	<b>\$ 4.030.355</b>	<b>\$ 4.031.863</b>	<b>\$ 4.033.370</b>	<b>\$ 62.162.621</b>

Tasa Interna de Retorno	6,00%
Valor Presente Neto	7.536.198
Tasa Interna de Retorno	7,60%

[Volver al Menu Principal](#)

## VALOR PRESENTE NETO

Proyecto: Arrecife Ltda  
 Fecha: 30/11/2011 21:11  
 Responsable: Gloria Lucia Romero Muñoz

DERECHOS RESERVADOS © 2008 Carlos Mario Morales C

### FLUJO DE CAJA (MENSUAL) Y EVALUACION FINANCIERA

VENTAS PROYECTADAS (Unidades)	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
Medias	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Bajas	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Consolidado	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
<b>+ Ingresos por venta</b>		\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000
<b>- Costos variables</b>		\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077
<b>- Costos fijos</b>	\$ 0	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000
Costos fijos de Producción		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Costos fijos de Administración		\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000
<b>- No Desembolsables</b>	\$ 0	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778
<b>- Intereses Credito</b>	\$ 0	\$ 81.000	\$ 78.750	\$ 76.500	\$ 74.250	\$ 72.000	\$ 69.750	\$ 67.500	\$ 65.250	\$ 63.000	\$ 60.750	\$ 58.500	\$ 56.250
<b>= Utilidad Antes de Impuestos</b>	\$ 0	\$ 5.926.145	\$ 5.928.395	\$ 5.930.645	\$ 5.932.895	\$ 5.935.145	\$ 5.937.395	\$ 5.939.645	\$ 5.941.895	\$ 5.944.145	\$ 5.946.395	\$ 5.948.645	\$ 5.950.895
<b>- Impuestos</b>	\$ 0	\$ 1.955.628	\$ 1.956.370	\$ 1.957.113	\$ 1.957.855	\$ 1.958.598	\$ 1.959.340	\$ 1.960.083	\$ 1.960.825	\$ 1.961.568	\$ 1.962.310	\$ 1.963.053	\$ 1.963.795
<b>= Utilidad despues de Impuestos</b>	\$ 0	\$ 3.970.517	\$ 3.972.025	\$ 3.973.532	\$ 3.975.040	\$ 3.976.547	\$ 3.978.055	\$ 3.979.562	\$ 3.981.070	\$ 3.982.577	\$ 3.984.085	\$ 3.985.592	\$ 3.987.100
<b>+ Ajuste por No Desembolsables</b>	\$ 0	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778
<b>+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)</b>	\$ 5.400.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 58.127.744
Prestamos	\$ 5.400.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 49.701.077
Valor de Salvamento													\$ 8.426.667
<b>- Otros Egresos no deducibles de impuesto</b>	\$ 60.501.077	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000
Activos Fijos	\$ 10.100.000												
Pago Credito (Capital)		\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 700.000												
Capital de Trabajo	\$ 49.701.077												
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 55.101.077</b>	<b>\$ 4.018.295</b>	<b>\$ 4.019.803</b>	<b>\$ 4.021.310</b>	<b>\$ 4.022.818</b>	<b>\$ 4.024.325</b>	<b>\$ 4.025.833</b>	<b>\$ 4.027.340</b>	<b>\$ 4.028.848</b>	<b>\$ 4.030.355</b>	<b>\$ 4.031.863</b>	<b>\$ 4.033.370</b>	<b>\$ 62.162.621</b>

Tasa Interna de Retorno	6,00%
Valor Presente Neto	7.536.198
Tasa Interna de Retorno	7,60%

[Volver al Menu Principal](#)

## FLUJO DE CAJA ANUAL

### FLUJO DE CAJA (ANUAL - 3 AÑOS) y EVALUACIÓN FINANCIERA

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3
+ Ingresos por venta		\$ 216.000.001	\$ 216.000.001	\$ 216.000.001
- Costos variables		\$ 88.716.923	\$ 88.716.923	\$ 88.716.923
- Costos fijos		\$ 52.824.000	\$ 52.824.000	\$ 52.824.000
Costos fijos de Producción		\$ 0	\$ 0	\$ 0
Costos fijos de Administración		\$ 49.224.000	\$ 49.224.000	\$ 49.224.000
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 3.600.000	\$ 3.600.000	\$ 3.600.000
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 2.373.333	\$ 2.373.333	\$ 2.373.333
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 823.500	\$ 499.500	\$ 175.500
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 71.262.244	\$ 71.586.244	\$ 71.910.244
- Impuestos	\$ 0	\$ 23.516.541	\$ 23.623.461	\$ 23.730.381
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 47.745.703	\$ 47.962.783	\$ 48.179.863
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 2.373.333	\$ 2.373.333	\$ 2.373.333
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 5.400.000	\$ 0	\$ 0	\$ 53.381.077
Préstamos	\$ 5.400.000			
Recuperación Capital de trabajo				\$ 49.701.077
Valor de Salvamento				\$ 3.680.000
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 60.501.077	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000
Activos Fijos	\$ 10.100.000			
Pago Credito (Capital)	\$ 0	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 700.000			
Capital de Trabajo	\$ 49.701.077	\$ 0	\$ 0	
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 55.101.077</b>	<b>\$ 45.945.703</b>	<b>\$ 46.162.783</b>	<b>\$ 99.760.941</b>

Tasa Interna de Retorno	101,22%
Valor Presente Neto	- 8.621.518
Tasa Interna de Retorno	83,12%

[Volver al Menú Principal](#)

## TASA INTERNA DE RETORNO

### FLUJO DE CAJA (MENSUAL) Y EVALUACION FINANCIERA

VENTAS PROYECTADAS (Unidades)	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
Medias	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Bajas	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Consolidado	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
<b>+ Ingresos por venta</b>		\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000
<b>- Costos variables</b>		\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077	\$ 7.393.077
<b>- Costos fijos</b>	\$ 0	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000	\$ 4.402.000
Costos fijos de Producción		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Costos fijos de Administración		\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000	\$ 4.102.000
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000
<b>- No Desembolsables</b>	\$ 0	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778
<b>- Intereses Credito</b>	\$ 0	\$ 81.000	\$ 78.750	\$ 76.500	\$ 74.250	\$ 72.000	\$ 69.750	\$ 67.500	\$ 65.250	\$ 63.000	\$ 60.750	\$ 58.500	\$ 56.250
<b>= Utilidad Antes de Impuestos</b>	\$ 0	\$ 5.926.145	\$ 5.928.395	\$ 5.930.645	\$ 5.932.895	\$ 5.935.145	\$ 5.937.395	\$ 5.939.645	\$ 5.941.895	\$ 5.944.145	\$ 5.946.395	\$ 5.948.645	\$ 5.950.895
<b>- Impuestos</b>	\$ 0	\$ 1.955.628	\$ 1.956.370	\$ 1.957.113	\$ 1.957.855	\$ 1.958.598	\$ 1.959.340	\$ 1.960.083	\$ 1.960.825	\$ 1.961.568	\$ 1.962.310	\$ 1.963.053	\$ 1.963.795
<b>= Utilidad despues de Impuestos</b>	\$ 0	\$ 3.970.517	\$ 3.972.025	\$ 3.973.532	\$ 3.975.040	\$ 3.976.547	\$ 3.978.055	\$ 3.979.562	\$ 3.981.070	\$ 3.982.577	\$ 3.984.085	\$ 3.985.592	\$ 3.987.100
<b>+ Ajuste por No Desembolsables</b>	\$ 0	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778	\$ 197.778
<b>+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)</b>	\$ 5.400.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 58.127.744
Préstamos	\$ 5.400.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 49.701.077
Valor de Salvamento													\$ 8.426.667
<b>- Otros Egresos no deducibles de impuesto</b>	\$ 60.501.077	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000
Activos Fijos	\$ 10.100.000												
Pago Credito (Capital)		\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 700.000												
Capital de Trabajo	\$ 49.701.077												
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 55.101.077</b>	<b>\$ 4.018.295</b>	<b>\$ 4.019.803</b>	<b>\$ 4.021.310</b>	<b>\$ 4.022.818</b>	<b>\$ 4.024.325</b>	<b>\$ 4.025.833</b>	<b>\$ 4.027.340</b>	<b>\$ 4.028.848</b>	<b>\$ 4.030.355</b>	<b>\$ 4.031.863</b>	<b>\$ 4.033.370</b>	<b>\$ 62.162.621</b>

Tasa Interna de Retorno	6,00%
Valor Presente Neto	7.536.198
Tasa Interna de Retorno	7,60%

[Volver al Menu Principal](#)

## **9. CONSIDERACIONES FINALES**

La globalización de los mercados y la internacionalización de la economía son fenómenos que, con una intensidad creciente, afectan directamente a las empresas. En este entorno, las pequeñas, medianas y grandes industrias deben tratar de abrirse a mercados externos, para lograr tanto el mejoramiento económico de la empresa como del país.

Con el trabajo de grado planteado anteriormente queremos hacer realidad un sueño, una idea de negocio, de transformarla, materializarla y poder determinar su viabilidad en el montaje de ésta.

En la Investigación desarrollada durante el semestre, se logro detectar las necesidades del país potencial frente al producto ofrecido, como segmentación, análisis financiero, competencia y estudio de mercado entre otros, lo que nos permitió conocer más a fondo el mercado al que nos vamos a enfrentar y sus necesidades.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

-Perfiles ocupacionales. (2011). Observatorio Laboral. México: Gobierno Federal.

[Http://www.observatoriolaboral.gob](http://www.observatoriolaboral.gob)

-*Vestidos de baño.* (2009). *contacto.Miami-florida:ventas.* <http://www.antoniasecrets.com>

-Competencia. (2011). información

general. Colombia: Leonisa. <http://ingenieriaindustrialupbbga.blogspot.com/2008/09/empresas-exitosas-leonisa.html>

-*Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.*

-BANCOLDEX. Informe Sectorial Textilero. Bogotá, 2010

- DANE- MMM Junio 2009 Grafico: Crediseguro S.A.