



EXPORTACIÓN DE CAMISETAS CON ESTAMPADO TÉRMICO

THERMAL SHIRTS S.A.S

MEDELLÍN

11 DE MARZO



EXPORTACIÓN CAMISETAS

Plan de Negocios

THERMAL SHIRTS S.A.S

Antioquia

Medellín, Marzo, 2012





Escriba su Copyright

El uso de esta plantilla esta limitada a los estudiantes autorizados que estén realizando Planes de Negocios, ya sea para cursos regulares o a nombre propio con el aval de la Institución. De cualquier forma, al hacer uso de ésta, debe citarse la fuente.No esta permitida la reproducción total o parcial de esta plantilla por cualquier medio, sin el permiso previo y por escrito del titular del Copyright

**DERECHOS RESERVADOS © 2007 Carlos Mario Morales C – UEEM -Coordinador de Emprendimiento
ESUMER. carlos.morales@esumer.edu.co. Calle 76 No 80-126 Carretera al Mar Medellín –Colombia Teléfonos
2646011 Extensión 225**



EXPORTACIÓN DE CAMISETAS

Contenido- Plan de Negocio

RESUMEN EJECUTIVO

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

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

4. ANALISIS DEL MERCADO

- 4.1. Objetivos de Mercadeo
- 4.2. Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios
- 4.3. El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios
 - 4.3.1. El Mercado Meta
 - 4.3.2. Estudio del Mercado Consumidor
- 4.4. El Mercado Proveedor
 - 4.4.1. Proveedores
 - 4.4.2. Estudio del Mercado de Proveedor
- 4.5. El Mercado Competidor
 - 4.5.1. Competidores
 - 4.5.2. Estudio del Mercado Competidor
- 4.6. El Mercado Distribuidor
 - 4.6.1. Distribución
 - 4.6.2. Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)
 - 4.6.3. Distribución Directa (En caso de ser aplicable)
 - 4.6.4. Manejo de Inventarios
 - 4.6.5. Comunicación
 - 4.6.6. Actividades de promoción y divulgación



- 4.7. Precios de los Productos
 - 4.7.1. Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos
 - 4.7.2. Los Precios de los productos tomando como base los Costos
 - 4.7.3. Los Precios de los Productos propuestos
 - 4.7.3.1. Precios de Ventas Internacional, cantidades mínimas de pedidos
 - 4.7.4. Política de Precios
- 4.8. Costos asociados a las Actividades de Comercialización
- 4.9. Riesgos y Oportunidades del mercado
- 4.10. Plan de ventas

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

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

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

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

7. ASPECTOS LEGALES

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

8. ASPECTOS FINANCIEROS

- 8.1. Estructura Financiera del proyecto
 - 8.1.1. Recursos Propios
 - 8.1.2. Créditos y Prestamos Bancarios



- 8.2. Ingresos y Egresos
 - 8.2.1. Ingresos
 - 8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.
 - 8.2.1.2 Otros Ingresos
 - 8.2.2. Egresos
 - 8.2.2.1. Inversiones
 - 8.2.2.2. Costos
 - 8.2.2.3. Gastos
 - 8.2.2.4. Gastos Financieros
- 8.3. Estados Financieros Proyectados
 - 8.3.1. Flujo de Caja
 - 8.3.2. Estado de Perdidas y Ganancias (Estado de Resultados)
 - 8.3.3. Balance General
- 8.4. Evaluación financiera del proyecto
 - 8.4.1. Valor Presente Neto
 - 8.4.2. Tasa Interna de Retorno
 - 8.4.3. Indicadores Financieros proyectados
 - 8.4.4. Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)
 - 8.4.5. Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

9. CONSIDERACIONES FINALES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS



RESUMEN EJECUTIVO

Esta investigación se realizó con el fin de demostrar una clara oportunidad para la exportación de camisetas estampadas a los Estados Unidos, en este caso la ciudad de Miami, sabemos que en Miami este producto cuenta con una clara demanda y a la vez una gran oferta que brinda el mercado competidor, pero nuestras camisetas cuentan con un valor agregado que no es conocido en este mercado.

La necesidad básica que se espera atender es la necesidad básica que cubre una camiseta, y en este caso brindar al cliente un valor agregado que es un estampado térmico que cambia de color con el cambio de temperatura de quien la usa o el ambiente donde se encuentre.

¿Por qué Miami?

Es una ciudad de gran variedad cultural especialmente latina y del resto del mundo, en esta ciudad es reconocida por su variedad de productos textiles que cada día a día se pelean entre sí por imponer una nueva moda, pues bien nosotros pretendemos realizar una penetración de mercado con un producto que no es conocido en este mercado, por ser una gran metrópoli, Miami está dispuesta al cambio y la innovación lo que nos demuestra una oportunidad clara para dar a conocer nuestro producto.

¿Que ofrecemos?

Una camiseta elaborada 100% en algodón con un estampado térmico, algo diferente que tampoco es conocido en el mercado nacional lo cual también nos da la oportunidad de comercializar tanto en el mercado internacional como en el nacional. Inicialmente esperamos comercializar 1000 unidades al mes, 500 y 500 respectivamente

El mercado meta en este caso sería el género masculino de la ciudad de Miami desde la edad de 12 años en adelante.

Las inversiones requeridas para el funcionamiento de la organización son de un valor aproximado de \$80'000.000 (pesos colombianos) que serán suplidas con un préstamo bancario de el mismo monto para el funcionamiento de la empresa



1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

NOMBRE Y APELLIDOS ZULAY ANDREA GAMBOA CALIXTO			
Identificación:	1020448515	Teléfono:	4678318
		Celular:	3003663577
Dirección:	AV 31 N° 65-93	Barrio:	Niquia
Ciudad	Bello	Correo electrónico:	zulay_dim4@hotmail.com
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	<input checked="" type="checkbox"/>
		Universitarios	
Otros Estudios:	Inglés		

Nombre y Apellidos JOHN JAIRO ROJAS			
Identificación:	1128264045	Teléfono:	2858488
		Celular:	3206913998
Dirección:	Calle 7 N° 55-25	Barrio:	Campo amor
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	nillo_rojas@hotmail.com
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	<input checked="" type="checkbox"/>
		Universitarios	
Otros Estudios:	Ninguno		

Nombre y Apellidos JOHNNY ALEJANDRO OCHOA GRANDA			
Identificación:	1017200322	Teléfono:	3419455
		Celular:	3014783203
Dirección:	diagonal 74b # 32 16	Barrio:	Belén
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	ochoa.alejandro28@gmail.com
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	<input checked="" type="checkbox"/>
		Universitarios	
Otros Estudios:	Ninguno		

Nombre y Apellidos			
Identificación:	999999999	Teléfono:	9999999
		Celular:	999999999
Dirección:	Calle o Carrera 99999 No 99-99	Barrio:	XXXXXXXX
Ciudad	XXXXXX	Correo electrónico:	xxxxxx@xxxx.xxx
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	Universitarios
Otros Estudios:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX		



2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Con el fin de demostrar la viabilidad de la exportación de un producto colombiano con características innovadoras hacia un mercado internacional en este caso el norteamericano, se realiza una investigación para obtener en varios ámbitos del comercio internacional la información necesaria para demostrar la verdadera posibilidad de penetrar un mercado muy competitivo pero que no cuenta con un producto con características especiales como el presente. A través de esta investigación se pretende demostrar las habilidades y capacidades de 3 estudiantes de comercio internacional con la ambición de dar a conocer un producto colombiano tanto en el mercado nacional como internacional.



INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

El nombre de nuestra empresa es thermal shirts S.A.S (camisetas térmicas S.A.S)

3.2 Descripción de la Empresa

La empresa thermal shirts S.A.S es una mediana empresa dedicada a la fabricación y venta de camisetas con estampados que cambian de color con la temperatura del ambiente y/o cuerpo de quien la use, ubicada en el municipio de bello.

Tanto la mano de obra como la parte administrativa de la empresa cuentan con amplio conocimiento en sus respectivas áreas de desarrollo, brindando la seguridad en varios aspectos como producción, administración, mercadeo y comercio internacional, con el fin de lograr un posicionamiento en un mercado internacional.

Posee amplios espacios en lo que se encuentran nuestra maquinaria en las que se hacen las camisetas y el estampado térmico. También contamos con oficinas en las cuales son importantes para la empresa ya que esta parte es la cabeza, donde se crean ideas y técnicas para incursionar en nuevos mercados.

La infraestructura de la empresa cuenta con las normas básicas de seguridad y producción necesarias para un buen rendimiento de la empresa las cuales se ven reflejadas en el producto final.



3.3 Misión y Visión de la Empresa

La Misión

Somos una empresa dedicada a la fabricación y venta de camisetas con estampados que cambian de color creado con el fin de ofrecerle al consumidor algo diferente que llame la atención

Ser una empresa que se desarrolle de forma confiable y flexible, construyendo el cambio en la era de la comercialización de las camisetas, con una gestión que se anticipe y adapte al cambio, y así establecer relaciones de negocio sólidas dentro del mercado nacional e internacional y que respondan a las exigencias y expectativas de nuestros consumidores, clientes, empleados y socios, conservando el medio ambiente y fomentando un desarrollo sostenible para el país.

La Visión

En el 2015 lograr una clara participación en el mercado internacional(USA) por marcar la diferencia con un producto que además de cumplir con las necesidades básicas que debe completar también marca la diferencia y causa una sensación de estilo por sus características especiales, con una innovación continua y ampliando nuestro portafolio de productos

3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo.

- lograr una participación del 10% en el mercado colombiano.
- Incursionar en estados unidos, inicialmente en la ciudad de Miami donde se lograra una posición en el mercado meta para luego darse a conocer en demás lugares del país norteamericano

Ser una marca reconocida por el valor agregado en las camisetas en el mercado americano (varía su diseño con el cambio de temperatura) y su variedad de diseños en los estampados.

- Obtener una preferencia y un reconocimiento en el mercado americano por manejar un producto especial, innovador y de buena calidad.



3.5 Ventajas Competitivas

Una de las ventajas que tiene nuestro producto ante la competencia es su estampado ya que se utiliza tinta termo cromática de alta tecnología que cambian de color, dependiendo de la temperatura en la que encuentren, tan solo suba o baje la temperatura el color cambia.

Su diseño es muy elegante e innovador siempre a la vanguardia de la moda y de diferentes estilos enfocados en los adolescentes y hombre jóvenes que les gusta marcar la diferencia.

Esto cautivara a los consumidores ya que en Colombia y en Estados Unidos no existe tal producto si no que casi todas las camisetas tienen el mismo estilo clásico o con pocos estampados para hombres.



EL Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Colombia y Estados Unidos. Aprobado el 10 de octubre del 2011 por el congreso de los Estados Unidos, es un tratado para impulsar el comercio binacional, en el marco de los tratados de libre comercio en América Latina y el Caribe. El tratado abarca cuestiones políticas, económicas, institucionales, laborales, ambientales, de propiedad intelectual, entre otras. Favoreciendo al área textilera con la reducción o eliminación de aranceles. (Capítulo 3 del tratado de libre comercio- Colombia).

También la geografía es un punto básico en la competitividad ya que Colombia y estados unidos tienen puertos cercanos y muy grandes en los que nuestra mercancía será enviada y recibida en un tiempo corto.

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

En el mercado Estadounidense aún no se vende este producto y lo que thermal shirt S.A.S quiere es lanzar este producto novedoso e innovador enfocado a los hombres jóvenes que tienen un estilo original; el problema o necesidad que queremos satisfacer con nuestro



producto es que quien use la camiseta marque la diferencia en el momento de llevarla llamando la atención de los demás por sus características especiales, la necesidad no existe lo que se pretende hacer es crearla en el mercado, la cual sería marcar la diferencia usando algo que no sea común en el mercado y que muy pocos sepan cómo funciona creando una curiosidad en el cliente de saber ¿cómo funciona?, ¿Qué la hace tan especial?, ¿Por qué cambia de color?, ¿Cómo me veré con ella? esta sería la principal necesidad.

3.7 Relación de productos y/o servicios

FICHA TECNICA DE CAMISETAS CON ESTAMPADO TERMICO	
NOMBRE DEL PRODUCTO	Camisetas con estampado térmico
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	Camisetas con estampado térmico, este cambia de color de acuerdo a la temperatura del ambiente.
LUGAR DE ELABORACION	En el municipio de bello, AV 31 No. 65 – 93. Tel. (4) 4678318
DISEÑO	Camiseta en cuello V y manga corta
TAMAÑO (largo, ancho)	66 x 54cms
MATERIAS PRIMAS E INSUMOS	Tela 100% algodón, hilo de algodón peinado, tinta termo cromática, moldes, bolsas plásticas y cajas.
COLOR	Negras y blancas
TEXTURA	100% algodón
ALMACENAMIENTO	Se conserva en un lugar fresco a temperatura ambiente en bolsas y cajas.
Fuente: elaboración propia	



3.8 Justificación del Negocio

La oportunidad de ingresar en un mercado internacional en este caso el Estadounidense, es una razón que nos impulsa en dar a conocer un producto que por sus características especiales no se comercializa actualmente en el mercado al cual se pretende llegar, no tiene una oferta consolidada ni competencia directa ya que no se maneja un producto con este componente especial que en este caso sería el cambio de color con la temperatura. Por estas razones y por la necesidad de abrir nuevos mercados con un producto que brinda seguridad por sus características especiales se pretende lograr un posicionamiento y una preferencia en el mercado por ofrecer algo diferente, algo que no se conoce y que aunque cumple con las funciones de una camiseta ordinaria al mismo tiempo cuenta con un valor agregado que puede llegar a ser preferido por el cliente por ser algo innovador y “desconocido”

3.9 Análisis del entorno y del sector

FUERZA COMPETITIVA	IMPACTO POSITIVO	IMPACTO NEGATIVO
	Hay mucha competencia en camisetas en este país ya que existen muchas empresas no solo colombianas si no de otros países y también productores en Miami que venden este producto, pero solo son camisetas con estampados normales; en cambio nuestro producto tiene un valor agregado que es el estampado térmico y esto es beneficioso para nuestra empresa ya que entramos a un mercado nuevo con un producto novedoso y diferente.	La competencia es muy fuerte ya que algunas marcas y empresas están consolidadas en este país, y es difícil bajar su fama y estabilidad en el mercado. Algunas personas prefieren comprar una marca conocida pero nuestro producto es confiable, de alta calidad e innovador que atraerá nuestros próximos consumidores.
FUERZA ECONÓMICA		



	IMPACTO POSITIVO	IMPACTO NEGATIVO
	<p>Miami es conocido como uno de los principales centros comerciales del continente Americano. La capacidad que posee su puerto, el aeropuerto y los muelles dotan a Miami de una gran infraestructura y base para los negocios. El crecimiento económico de la región es grande en estos últimos años. Las oportunidades de negocios, la manufactura, la industria textil y de la construcción, entre otros servicios varios, afianzan éste crecimiento continuo.</p>	<p>Como la economía de Miami está en crecimiento y es muy poderosa lo único negativo sería una fuerte la competencia en nuestro producto ya que es en el área textilera y existen muchas empresas que se dedican a la producción y comercialización de camisetas con estampados.</p>
FUERZA POLÍTICA	<p>IMPACTO POSITIVO</p> <p>Estados Unidos es una república constitucional, presidencial y federal. Su gobierno tiene unos poderes limitados enumerados en la Constitución de los Estados Unidos. Su forma de gobierno es conocida como democracia presidencialista porque hay un presidente al igual que en Colombia. La elección del presidente es indirecta a través de compromisarios o grandes electores. En el gobierno de Álvaro Uribe Vélez se hicieron varias relaciones entre Estados Unidos y Colombia comerciales y políticos lo que nos conviene a muchos</p>	<p>IMPACTO NEGATIVO</p> <p>Las relaciones entre Estados Unidos y Colombia han evolucionado de la mutua cordialidad durante el siglo XIX y principios del XX hacia una reciente alianza que vincula a los gobiernos de ambas naciones alrededor de varios asuntos claves, entre los que se incluye la lucha contra el Comunismo, la Guerra contra las drogas, y especialmente desde el 11-S. Las relaciones que se han establecido entre los dos gobiernos no pueden ser negativas ya que</p>



	colombianos que importan e exportan con Estados Unidos se ve reflejado en el gobierno actual.	Estados Unidos es un país desarrollado y Colombia necesita un aliado poderoso como lo es este.
FUERZA TECNOLÓGICA	IMPACTO POSITIVO	IMPACTO NEGATIVO
	Estados Unidos es líder en tecnología no solo en telecomunicaciones como las redes, teléfonos móviles y computadores si no también en sus puertos y aeropuertos; lo que es muy importante a la hora de exportar nuestro producto.	Negativamente la tecnología que se utiliza en la producción de las empresas de Estados Unidos es mejor que la nuestra, así tienen una capacidad de producción y niveles de calidad mucho más alta.
FUERZA SOCIOCULTURAL	IMPACTO POSITIVO	IMPACTO NEGATIVO
	La cultura de Estados Unidos se ha reflejado a través de todos los medios de comunicación; y por ende tiende a ser exportador de cultura, y además absorbe otras tradiciones culturales con relativa facilidad, significa que hay grandes oportunidades de negocio para nuestra empresa y empleos para Colombia.	Uno de los impactos negativos que puede tener el ambiente cultural en la ciudad de Miami podría ser la gran variedad de cultura con la que cuenta esta ciudad ya que esto conlleva a la variedad de gustos en lo que es las prendas para vestir en este caso camisetas para hombre

El mercado de ropa de Estados Unidos es una potencial salida para los productos Colombianos; Miami es la cuadragésimo segunda ciudad más poblada de Estados Unidos. Incrementar los negocios con un país con el que temporalmente se tienen acuerdos comerciales con tarifas preferenciales en textiles y prendas confeccionadas, y con un tratado de libre comercio pendiente. El mercado estadounidense es muy grande, pero también muy competido y complejo debido a la rapidez con la que cambia cada colección y a las circunstancias económicas en las que se encuentra envuelto.

En los Estados Unidos, el principal factor que ha incrementado la popularidad del algodón es la tendencia a una vestimenta casual tanto en el hogar como en el lugar de trabajo. La popularidad de fibras sintéticas en ropa de mujer, tales como el acrílico y poliéster, han



ganado mercado en los últimos años, como resultado de la tendencia del uso de prendas de vestir más cómodas y livianas, en detrimento de los tradicionales trajes sastre. El mercado juvenil ha cambiado sus preferencias a prendas de vestir fabricadas con mezclas sintéticas y más livianas que el Denim y algodón grueso.

“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.” (slideshare.net)

3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio

Con los estudios anteriores que se han hecho; los resultados para entrar al mercado estadounidense son muy favorables ya que es el mayor importador de textiles del mundo; aunque teniendo una gran industria textilera. La industria textil es muy compleja sobretodo en estados unidos a que la moda y tendencias cambian rápidamente, lo que thermal shirts S.A.S necesita es estar actualizando sus colecciones de estampados, diseñando lo que se utiliza en el mercado, a que son los jóvenes nuestros consumidores es muy para ellos es muy importante estar a la moda lucir bien.

El tratado de libre comercio firmado significa tratar de eliminar los obstáculos al intercambio comercial entre Colombia y estados unidos que acordaron mejores condiciones de acceso para sus productos. Esto implica no sólo la eliminación o reducción de aranceles. Si no también una gran oportunidad de negocio, ya que a nuestros compradores (importadores) les conviene.

Nuestro producto (camisetas con estampado térmico) no se vende en este país ya que es nuevo y novedoso lo cual se hará interesante y llamativo para los consumidores. Algunas empresas ya están consolidadas como vendedoras de camisetas y por esto los prefieren por ya conocidos, pero entramos al mercado norteamericano con un producto de un alto valor agregado.



El puerto de Miami es uno de los más importantes del mundo; es un contribuidor importante a las economías del local y del estado. Y la cercanía que tenemos geográficamente con nuestros puertos es importante ya que el tiempo es un elemento indispensable para nuestra empresa.



4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

- Lograr una penetración de mercado norteamericano con un producto existente más un valor agregado que sería el estampado que cambia de color
- En un corto plazo alcanzar una preferencia en el mercado juvenil con diseños llamativos y estampados que cambian de color.
- En un año ser reconocidos por ofrecer camisetas con una característica especial que es el estampado inteligente.
- A largo plazo ser reconocidos como una de las principales marcas de camisetas en el mercado nacional e internacional

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

Las camisetas son elaboradas en 100% algodón, con un estampado en tinta termo cromática que cambia de color con la temperatura del cuerpo o la temperatura del ambiente. Es un producto poco común en el mercado, ya que se desconoce el efecto de esta tinta. Dando la imagen de una camiseta diferente al cambiar la temperatura del cuerpo o del ambiente, brindando un toque personalizado y original a quien la use por su característica de estampado inteligente. Brinda protección y frescura por su alta composición en algodón y al mismo tiempo por su estampado inteligente ofrece un estilo y diseño diferentes a los ya existentes. Por sus características físico-químicas no necesita de refrigeración para ser transportada o de un empaque en especial para su manipulación, puede ser empacada en bolsas plásticas y posteriormente embalada en cajas de cartón para su manipuleo en grandes cantidad, no tiene fecha de vencimiento.

4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

Es un producto dirigido a un mercado joven, preocupado por estar a la moda y sentirse cómodos y originales por sus características especiales, haciéndolo llegar al cliente por medio de puntos de venta reconocidos por su amplia variedad y conocimiento en este tipo de producto. Las camisetas por lo general son preferidas por gente joven entre los 15 y 45 años de edad que componen un 35% aproximado del total de la población estadounidense. La capacidad de adquirir una camiseta como está es amplia ya que su costo no es muy



elevado comparado con una camiseta ordinaria. Este producto va enfocado a los hombres jóvenes.

4.2.2. Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

Las principales variables que se tuvieron en cuenta fueron las siguientes:

- Calidad de su producto, sus componentes de fabricación
- Clases de estampado, colores, diseños, y calidad del estampado
- Participación en el mercado. el posicionamiento de la competencia, identificación del líder del mercado
- Satisfaga la necesidad sentirse bien con sí mismo al lucir un producto que llame la atención por su característica
- Indispensablemente los precios.
- Acerca de nuestro producto las personas no dieron una opinión clara ya que es un producto que no se ha dado a conocer en este mercado

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

Por medio de internet y video conferencias se ha hecho una corta pero efectiva investigación del producto y de sus preferencias en el mercado estadounidense.

c) Aplicación de la Medios

A través de “IMVU” que es una red social muy personalizada y completa se ha entablado durante la investigación realizada, una amistad con varias personas residentes en los estados unidos quienes nos ayudan y nos brindan información acerca de las preferencias y diferentes características tanto del consumidor como de el mercado estadounidense.

d) Resultados del estudio de los consumidores

Población Consumidora

El tipo de consumidor será el distribuidor que por su conocimiento y experiencia en este medio se encargara de dar a conocer el producto en el mercado meta. El precio aproximado de venta será de 22\$, las formas de pago que se acostumbran a manejar es de contado. La calidad y el servicio son variables indispensables a la hora de venderle a un norteamericano, no existe en si una temporada fija ya que en Miami cuenta con un clima trópico y en temporadas de invierno (desde diciembre hasta marzo) no baja de los 10°, en el



resto del año el clima esta por lo general entre los 23° y 30°. La idea es llegar a marcar la diferencia con un producto innovador y desconocido en el mercado.

El producto va dirigido a hombres jóvenes entre los 14 años en adelante no existe una franja específica, el estado civil no influye en la compra, el nivel de ingreso puede ser desde medio-bajo en adelante, varios de los motivos de compra son marcar la diferencia, sentirse bien consigo mismo al tener una camiseta que varía su diseño con el cambio de temperatura. Las exigencias del mercado piden que la camiseta cause frescura, se adapte bien al cuerpo y sea de buena calidad, los lugares de compra son centros comerciales y puntos estratégicos que sean reconocidos por su alta variedad de textiles para la venta al detalle o al menudeo. La frecuencia de compra es relativa según las temporadas como épocas de celebración, inicio de ciclo académico, temporada decembrina y otras influyentes en el sexo masculino como día del padre. El hábito de compra en Miami es masivo ya que es una de las metrópolis principales de este país por su variedad cultural y reconocimiento por preocuparse por estar a la moda.

La ciudad de Miami es reconocida por su variedad en moda y preferencias en este mercado, los puntos de venta serán centros comerciales y demás otros puntos reconocidos por su alta variedad en este tipo de productos en las principales aéreas de comercio textil.

Determinación de la Demanda

La cantidad de clientes posibles de nuestro producto es muy amplia ya que la componen un 15% aproximado del total de la población teniendo en cuenta la demanda de la competencia; pero Miami es uno de los destinos turísticos más visitados en los Estados Unidos lo que significa que esto atrae más demanda , los clientes potenciales serian hombres jóvenes preocupados por estar a la moda y marcar la diferencia con la ropa que usan, al ser un producto necesario para todos los días lo convierte en necesidad masiva y al mismo tiempo la gran variedad de usos que se le pueden dar a este en el día a día, el consumo de este tipo de producto va en crecimiento constante solo desde el año 2004 ha tenido un crecimiento aproximado del 22% hasta el 2010, por ser un mercado tan grande existe gran variedad en oferta y demanda.



4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

Insumos	Proveedor
Camisetas 100 % algodón(en cuello V y manga corta)	Bunker de la camiseta.
Tinta termo cromática	Constructil-construquimicos J.R
Máquinas para estampado transfer	SISMATEX Maquinaria para Acabados Textiles

¿DÓNDE PUEDE COMPRAR LAS CAMISETAS?

1. COMERCIALIZADORA EMIR'S



CR. 32 NO. 1H-35 BOGOTÁ

TEL.: (57-1) 2479626 - 8044828 - 3112588736 - 3125389

FECHA DE ENTREGA:

CALIDAD: FRANELA

PRECIO: \$ 16.000

2. BUNKER DE LA CAMISETA

CR. 52 NO. 48 - 45 C.C. PALACIO NACIONAL L. 135



P. 1 CENTRO MEDELLÍN, COLOMBIA

TEL.: (57-4) 5124664 FAX.: 5124664

PRECIO DE LAS CAMISETAS: 8.000 PESOS AL
POR MAYOR

FECHA DE ENTREGA: DEPENDE DE LA
CANTIDAD

3. C.I. TEXTILES DEL CAUCA S.A

CL. 27 NO. 43F - 70 MEDELLÍN, COLOMBIA

TEL.: (57-4) 2610055 FAX.: 3843052

PRECIOS: DEPENDE DE LA TELA

FECHA DE ENTREGA: DEPENDE DEL PEDIDO

CALIDAD: FRANELA, LICRA O ALGODÓN

¿DONDE SE PUEDE COMPRAR LA TINTA?

En CONSTRUCTIL-CONSTRUQUIMICOS J.R

DIRECCION: Cll 39 sur N° 25 c 89 Envigado Antioquia

PRECIO:

¿DONDE SE COMPRA LA MAQUINA PARA ESTAMPAR?

SISMATEX

Maquinaria para Acabados Textiles

CRA 69 B No 19 - 39 SUR

TEL: (574) 260 07 02 - 2607799

Barrió Carvajal Bogotá - Colombia

TEL. MEDELLIN (574) 2517862

CEL: 316 8819427



4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

- Calidad de los insumos, sus componentes de fabricación
- El tiempo de suministro de la materia prima.
- La confiabilidad y responsabilidad en las entregas.
- Certificaciones de las entidades competentes según el proveedor
- Precios asequibles a nuestro presupuesto.
- Información general del proveedor (ubicación y reconocimiento)

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

Toda la información para hacer el estudio del mercado proveedor se ha sacado de internet ya que muchas empresas tienen página web y en estas tienen su información personal, se han hecho llamadas a cada una de las empresas solicitando cotizaciones de camisetas, tinta termocromática, y demás insumos necesarios para la elaboración de las camisetas con estampado térmico

c) Aplicación de la Medios

Se ha aplicado los medios haciendo llamadas, investigaciones y preguntas a cada uno de los proveedores para escoger al mejor según todos los elementos necesarios que debe tener para la elaboración de nuestro producto como los es la calidad de las camisetas, tiempos, costos etc.

d) Resultados del estudio de los proveedores

Para elaborar el producto camisetas con estampado térmico, después de una extensa pero eficiente investigación se ha tomado la decisión que el proveedor sea:



Insumos	Proveedor	Precios
Camisetas 100 % algodón(en cuello V y manga corta)	Bunker de la camiseta.	\$8.000
Tinta termo cromática	Constructil-construquimicos J.R	\$16.500
Bolsas plásticas	MONPLAST LTDA.7070 (Medellín -Colombia)	\$50
papel transfer de los 2 tipos (para telas claras y oscuras)	Papelería Todo en artes (Medellín)	\$ 2.490
Etiqueta (logo de la empresa)	Bunker de la camiseta.(Medellín- Colombia)	\$300

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

Nuestros competidores en el mercado Estadounidense son las siguientes marcas:

- LACOSTE
- ABERCRAMBIE
- HOLLISTER
- CONVERSE
- AMERICANINO
- AEROPOSTALE



- DOLCE & GABBANA

Estos son los principales competidores en el mercado estadounidense en la ciudad de Miami, son reconocidos tanto en el mercado internacional como en este mercado, esto son algunos de los principales líderes del mercado, a continuación una corta lista de nuestro

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

Las variables que se investigaron en el mercado competidor son las siguientes:

- Calidad de su producto.
- Clases de estampado, como sus diseños.
- Diseños de camisetas y texturas.
- Participación en el mercado.
- Publicidad.
- Indispensablemente los precios

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

Se ha hecho una investigación en sus páginas web, también observando que tan populares son en el mercado Estadounidense con respecto su publicidad. Pedidos de camisetas los cuales algunas empresas competidoras contestaron.

c) Aplicación de la Medios

Se han hecho llamadas a cada una de las anteriores empresas solicitando información sobre su producto en cuanto precio y variedad de productos. Sus páginas web con toda su información nos ayudo a saber qué clase de empresa es.

d) Resultados del Estudio de la Competencia



Competencia	Productos	Valor de camisetas
LACOSTE	Camisetas deportivas, suéter, lociones, entre otros	\$29.99 USD (aprox)
ABERCROMBIE	Camisetas con estampado cocido	\$30 USD (aprox)
HOLLISTER	Camisetas con estampado cocido	\$25 USD (aprox)
CONVERSE	Camisetas, tenis, gorras, entre otros	\$50USD (aprox)
AMERICANINO	Camisetas, bolsos, suéter	\$60 USD (aprox)
AEROPOSTALE	Camisetas, suéter.	\$20 USD (aprox)
DOLCE & GABBANA	Camisetas y camisas, zapatos, llaveros, fragancias.	\$80 USD (aprox)

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución

La distribución de nuestro producto (camisetas con estampado térmico) va hacer por parte de un tercero, un distribuidor especializado es distribución de camisetas:

- **EFASHION WHOLESALE LLC.**

Es una empresa especializada en la distribución de camisetas.

- **G&B trading Imports.** Mayorista importador en Miami de ropa femenina y masculina & accesorios.

777 NW 72nd Ave

Miami, FL 33126



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

a) Defina las variables que se estudiaron del mercado Distribuidor

- Que actúe con la debida diligencia para asegurar que su manejo del producto no afecte negativamente a su cumplimiento.
- El distribuidor debe ser capaz de demostrar a las autoridades nacionales que han actuado con el debido cuidado.
- El distribuidor debe tener una buena imagen no solo entregue la mercancía si no también sea beneficioso para nuestra empresa.
- Al manipular el producto no afecte ni dañe su calidad.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado distribuidor.

La investigación se hizo primero buscando en internet que distribuidor es especializado en el manejo de camisetas o textiles. Se encontraron varios distribuidores y a cada uno se le llamo y enviaron e-mail para pedir cotizaciones de sus servicios.

c) Aplicación de la Medios

Los medios se aplicaron haciendo Llamadas y enviando e-mails a cada distribuidor especializado en la manipulación de textiles y camisetas.

d) Resultados del Estudio del mercado Distribuidor

Distribuidor	Tipo	Forma de pago	Confiabilidad	Precio
EFASHION WHOLESALE LLC.	mayorista	Crédito a 30 días	Es una empresa especializada en la distribución de camisetas.	\$40.000 unidad \$21.78 USD



4.6.3 Distribución Directa (En caso de ser aplicable) (NO APLICA)

4.6.4 Manejo de Inventarios

En primera instancia mantendremos una cantidad disponibles del 35% de la capacidad de producción, “aunque esta “la producción” se trabaja sobre pedido”. Y en temporadas altas se mantiene un stock más elevado para prevenir retrasos e inconvenientes, ya que en estas temporadas hay más

4.6.5 Comunicación

4.6.6 IMAGEN DE LOS PRODUCTOS Y LA EMPRESA.

Las Camisetas con estampado térmico son en colores blanco y negro con un estampado que cambia de color dependiendo de la temperatura en la que se encuentre, la cual está hecha 100% algodón, en esta se plasma una imagen con un diseño muy original, la cual por el tipo de tinte (tintas termo cromática) cambia de color, cuando la temperatura del cuerpo aumenta, o baja. El producto este va empacado en bolsas de polietileno, transparentes, y cajas con nuestro logo en ellas.

El nombre de la empresa es THERMAL SHIRTS S.A.S, este nombre va relacionado exactamente con el producto, en ingles.



4.6.7 Actividades de promoción y divulgación

El producto inicia en el mercado en una fase de introducción en el cual las campañas publicitarias son sumamente importantes a la hora de dar a conocer el producto, se utilizaran varias formas de promoción y divulgación a través de artículos de prensa, así



como cuñas promocionales de radio y televisión, internet, y eventos públicos demostrando las características especiales del producto y su particularidad.

4.7 Precios de los Productos

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

(competencia-indirecta) Precio del mercado	Calidad de producto	Valor agregado
Aproximadamente entre 25-30 USD por una camiseta del mismo estilo y con estampado normal en el mercado Estadounidense de alta calidad o de buena marca.	La calidad del producto es objetiva ya que tiene altos grados de diferenciación y la tela 100% algodón resistente (no se destiñe y no se encoge)	El valor agregado de nuestro producto es el estampado con tinta termo cromática de alta tecnología que hace que cambia de color según la temperatura ambiente.

4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

insumo	costo	cantidad	Unidad de medida
Camiseta en cuello V y manga corta	\$ 8.000,00	1,00	unidad
Tinta termo cromática	\$ 3.300,00	0,17	litro
Bolsas plásticas	\$ 50,00	1,00	unidad
papel transfer (para telas claras y oscuras)	\$ 2.490,00	1,00	unidad
etiqueta	\$ 300,00	1,00	unidad
Total:	\$ 14.140,00		



Valor EXW

Mercancía a exportar	\$18'000.000
Embalaje	\$60.000
Documentación	\$30.000
Total	\$18'090.000

Valor FOB

Mercancía	18'000.000
embalaje	\$60.000
Documentación	\$30.000
Flete interno (medellin-cartagena)	\$3'000.000
Seguro interno	\$155.750
Documento de exportación	\$30.000
Gastos portuarios	\$455.000
Total	\$21'730.750

4.7.3 Los Precios de los Productos propuestos

- Se han propuesto varios valores del producto (camisetas con estampado inteligente) según lo siguiente:

la competencia	el valor agregado	calidad de producto	los insumos	mano de obra	publicidad	Valor real
25 USD mismo precio de la competencia.	35 USD por ser un producto nuevo e innovador.	40 USD tiene un alto nivel de calidad en la tela y el estampado	15 USD El precio de estos no es muy elevado por ser al	25 USD Es una mediana empresa que cuenta con pocos	50 USD el valor de la publicidad y promoción en	22 USD Se deduce el precio por los anteriores valores y



		inteligente.	por mayor hay un gran descuento.	empleados .	Estados Unidos es elevada.	resultados.
--	--	--------------	----------------------------------	-------------	----------------------------	-------------

4.7.4 Política de Precios

Descuentos por Volumen: este descuento es por la cantidad que el cliente compre y tiene el objetivo de estimular a los clientes a que compren mayores cantidades de nuestro producto (camisetas con estampado inteligente).

No acumulativos: Descuentos a compras mayores de 1000 unidades o superiores a los 10.000 USD.de un 10%

Acumulativos: este descuento es aplicable si el comprador en estados unidos es frecuente o repetitivo; este será de un 5% de descuento.

Descuentos por Pronto Pago: si es comprador paga antes de lo acordado, se le resta 2% de la factura si paga antes de 10 días.

Descuentos Comerciales: Este descuento consiste en una reducción del precio de lista de nuestro producto de un 15% que se aplica a los miembros del canal de distribución (en nuestro caso es mayorista) cuando realizan ciertas funciones como ventas, almacenaje, promoción, entre otros.

4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

Rubros	Nº	Costo unitario	Costo total de cada recurso
Personal de ventas	1	\$600.000	\$600.000
Gasto de transporte	1	\$200.000	\$200.000
Costos de empaque	4	\$200	\$50
Total		\$ 800.200	\$ 800.050

4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado



Por entrar en un mercado “virgen” con respecto a nuestro producto los riesgos y oportunidades del mercado son altos, ya que al ser un producto con características no existentes en el mercado puede resaltar de manera significativa con respecto a la competencia creando la curiosidad en el cliente de conocer algo nuevo, o por el contrario simplemente no llamar la atención porque es fiel a su producto y no le interesa conocer nuevos productos pues se siente cómodo con los ya conocidos, por esto es esencial crearle la curiosidad al cliente de que adquiera un producto que aunque sea nuevo tiene las características de un producto que ya está en el mercado más un valor agregado que este caso sería un estampado que cambia de color según la temperatura del ambiente.

4.10 Plan de ventas

De planteamiento o estrategia respecto al pasado, se creó un plan completo:

A. La estrategia de Ventas.

En este se realizaron una serie de estrategias hacia el consumidor, haciendo más llamativo el producto, e innovador y al mismo tiempo dando los mejores precios y calidad del producto.

B. Fuerza de Ventas.

La fuerza de venta es fundamental para que funcione nuestro plan, ya que en este se encuentra el personal de venta, en este es estratégico tener muy buena interacción tanto los vendedores y clientes, formando un enlace en el cual se puede detectar si el cliente está satisfecho o no con el producto (camisetas con estampado térmico) y así mejorar donde hayan falencias Para tener unas mejores ventas.

C. Condiciones de Venta.

No aplica.

D. Plan de Ventas Anual.

En este se mira el presupuesto de venta con el que se cuenta, y se trazan unas metas a las cuales se quiere llegar, para cumplir con unos objetivos propuestos anteriormente.

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de producción

Objetivo a corto plazo



- entregar las camisetas con estampado térmico pedidas, tanto en las cantidades como en las fechas acordadas con el cliente.

Objetivo a mediano plazo

- conseguir que el producto se fabrique dentro de los costes previstos y que estos costes sean mínimos, para mayor beneficio empresarial.

Objetivo a largo plazo

-abarcar un 10 % el mercado estadounidense siendo reconocidos por nuestro cumplimiento en producción y entrega del producto







5.2 Descripción del proceso de producción

Recursos materiales

Insumos	Unidades	Maquinaria	Unidades
Camisetas 100 % algodón(en cuello V y manga corta)	1unidad	Maquinas para estampado transfer; son Planchas termo estampadoras.	1maquinas estampadoras
Tinta termo cromática	1 litro= 0.20	Computadores con impresora	1 unidades
Bolsas plásticas	1 unidad	Selladora De Bolsas Plásticas Con Pedal.	1 unidad
papel transfer de los 2 tipos (para telas claras y oscuras)	1hoja		
Fuente: elaboración propia.			

Estampado por termo transferencia: es un procedimiento por el que los diseños pasan a la tela por calor y presión, a través de un papel especialmente impreso por rotograbado, offset o serigrafía. Este papel se coloca sobre la tela con una capa de hule en medio, se someten las tres capas a presión y temperatura entre 150°C a 260°y en un tiempo calculado se transfiere integro en diseño de la tela. Por este procedimiento se consigue mejor penetración del colorante en la tela, mayor fidelidad entre diseño y estampado, menores costes industriales y poca contaminación.



-  se elige la imagen
-  se imprime en papel transfer con una impresora y tintas de buena calidad.
-  se recorta la imagen
-  La posición de la imágenes centrar fácilmente en una maquina **T1000** transfer. Se coloca la camiseta y el papel transfer, se hace presión por aproximadamente 10 seg.
-  el estampado se adhiere a la ropa; luego Se procede a despegar el papel base del transfer en caliente al cabo de 3 a 8 seg. de terminado el proceso anterior.
-  Usando el anterior método se puede estampar cualquier prenda en 1 color o a varios colores como una fotografía. No importan los colores de las mismas ya que existen 2 modelos básicos para prendas claras (blancas) y oscuras (de color).

Recursos humanos

Personal	Tiempo
1 persona en un computador encargado de diseñar y imprimir la imagen para estampar	10 segundos cada impresión
1 personas en una máquina estampadora transfer	2 minutos cada camisa



1 persona que empaca las camisetas en bolsas y despacha en la bodega	20 minutos cada camiseta terminada
Fuente: elaboración propia	

5.3 Capacidad de producción

La capacidad de producción que tenemos para satisfacer la demanda es propia y con suministro nacional; La ventana de tiempo es de mes actual con programa semanal, en un día se produce 100 camisetas, y mensual (25 días de trabajo) se hacen 2500 unidades de camisetas con estampado térmico y por trimestre se hacen 7500 camisetas.

5.4 Plan de Producción

Insumos	Unidades en un día	Mensual 25 días hábiles de trabajo al mes	Insumos por trimestre	Unidades por camiseta trimestral
Camisetas 100 % algodón	100 camisetas	2500 unidades mensuales	Camisetas 100% algodón	7500 camisetas
Tinta termo cromática (se gasta 0.2 litros)	20 litros	500 litros	Tinta termo cromática	1500 litros
papel transfer para tela	100 hojas	2500 hojas	Papel transfer para tela	7500 hojas
Según la cantidad que se produce por día se calcula una base promedio para un periodo trimestral, se tiene en cuenta una cantidad extra a la exacta para complementar en caso de imperfectos en producción				
Fuente: elaboración propia				



5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 Locaciones

El local donde se encuentra nuestra empresa Nuestra empresa thermal shirts S.A.S está ubicado; En el municipio de bello, el arriendo es mensual con un valor de 1'100.000 de pesos. Con un área de AREA 30 MTR. Dirección AV 31N° 65-93.

Las instalaciones muy cómodas; con aire acondicionado ya que las maquinas de estampación producen aproximadamente de 160° a 190°. También es muy iluminado ya que allí se diseñan y se crean muchos estilos para estampados, sin riesgo de corto.

Las oficinas son amplias, cada una con su computador con aseso a internet, teléfono y fax, los cuales son muy importantes en la comunicación de nuestra empresa.

5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Maquinaria	Descripción	Valor
Maquinas para estampado transfer.	Son Planchas termo estampadoras. (empresa sismatex)	\$1'200.000
Computador con su impresora.	Es una máquina electrónica que recibe y procesa datos para convertirlos en información útil. (marca SURE)	\$929.000
aire acondicionado	ya que las máquinas de estampación producen aproximadamente de 160° a 190°	\$460.000
Mesa de estampado de 2x15 metros	Donde se colocan nuestra importante maquina estampadora.	\$100.000
Escritorio con silla	Lugar donde se coloca las herramientas de dibujo del diseñador y el computador	\$150.000 + \$70.000 <hr/> \$220.000



Mesa para diseñador grafico.	Ideal para dibujantes que buscan una mesa práctica y que la altura de trabajo no sea muy alta.(mercado libre)	\$140.000
Selladora para bolsas	Sellar las bolsas con las camisetas listas	\$65.000
Fuente: elaboración propia.		

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

Insumos	Unidades	Proveedor	Valor
Camisetas 100 % algodón(en cuello V y manga corta)	1 unidad	Bunker de la camiseta.(Medellín-Colombia)	\$8.000
Tinta termo cromática (Es solo necesario 0.2)	0.2litro	Constructil-construquimicos J.R	\$3.300
Bolsas plásticas	1 unidad	MONPLAST LTDA.7070 (Medellín - Colombia)	\$50
papel transfer de los 2 tipos (para telas claras y oscuras)	10 hojas	Mercado libre	\$ 2.490
Etiqueta (logo de la empresa)	1 unidad	Bunker de la camiseta.(Medellín-Colombia)	\$300
Fuente: elaboración propia.			



5.5.4 Requerimientos de servicios.

Servicios para la producción	Utilización	Valor
Vigilancia	Solo en la noche.	\$50.000
seguros	Se utiliza una póliza de seguros especialmente diseñada para otorgar cobertura a una mediana empresa y que en un solo paquete cubre las necesidades de seguros.	\$500.000
Mantenimiento	Las maquinas requieren mantenimiento cada 2 meses	\$60.000
Servicios	Es indispensable para la salud de los empleados y para Las maquinas, los computadores, aire acondicionado necesitan luz. Y obviamente la empresa debe estar bien iluminada.	\$430.000
Comunicaciones (las comunicaciones son cobradas con los servicios públicos ya por ser la misma entidad EPM)	Fax, teléfono, video conferencias, internet, celulares y correos electrónicos. Importantes para el diseño de los estampados	\$125.000
Fuente: elaboración propia.		

5.5.5 Requerimientos de personal.

Personal	Desempeño.	Salario
1 diseñadores gráficos	Debe de tener título universitario ser una persona bien presentable al público.	\$800.000

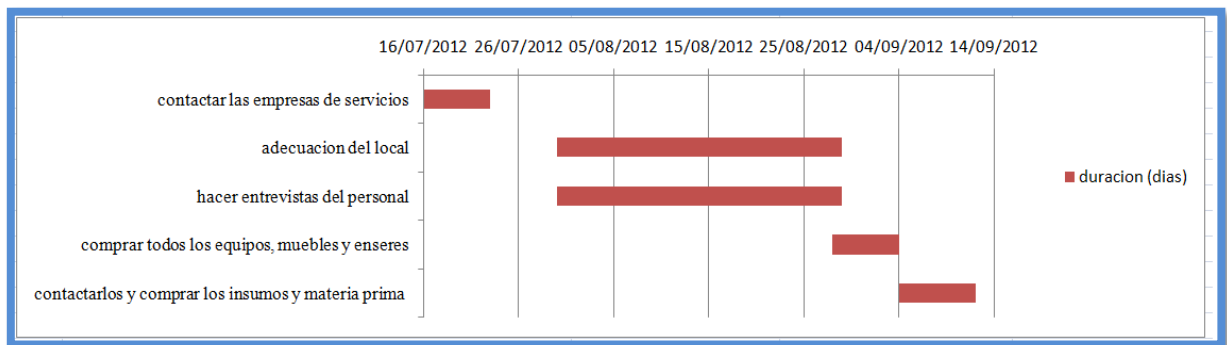


1 personas estampadora transfer.	Que tengan experiencia el campo y ser muy exacto en los estampados.	\$566.700
1 persona empacadora (bolsas y cajas en la bodega)	Bachiller académico	\$566.700
Fuente: elaboración propia.		

5.6 Programa de producción

Las actividades PRE-OPERATIVAS que se realizaran antes de empezar con la producción de nuestro producto (camisetas con estampado térmico) son las siguientes:

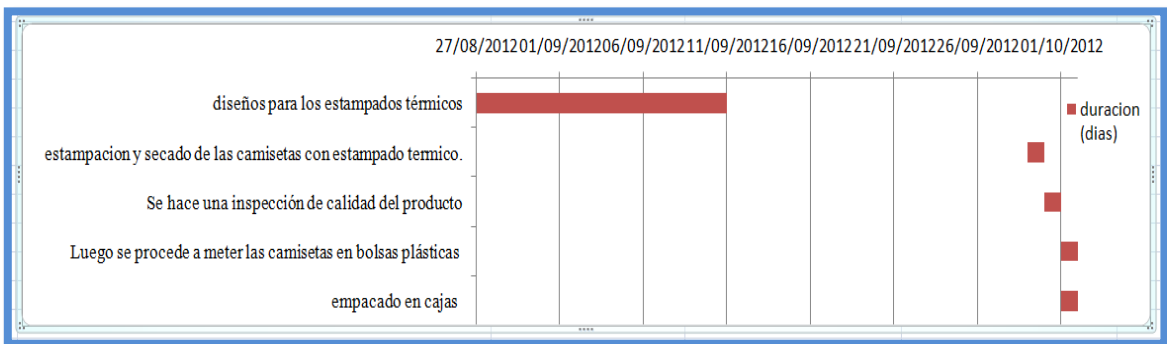
- Adecuación respectiva del local para iniciar el proceso de producción
- contactar las empresas de servicios acordados anteriormente para que nuestra empresa sea segura, y tenga las comunicaciones necesarias para la producción de nuestro producto.
- comprar todos los equipos, muebles y enseres para el acondicionamiento del área de producción.
- hacer entrevistas a varias personas cada una con su respectivo estudio, preparación y experiencia; contratar a las mejores y más sobresalientes personas entrevistadas.
- Los proveedores ya se han seleccionado después de un largo estudio, contactarlos y comprar los insumos y materia prima necesaria para la elaboración de nuestro producto en un periodo de tiempo corto.



Una vez hecho las actividades anteriores procedemos con las actividades OPERATIVAS en el área de producción son las siguientes:



- Poner etiquetas con nuestro logo a las camisetas compradas.
- Se hacen los diseños para los estampados térmicos
- Se pasan a las computadoras terminando los últimos diseños.
- se elige la imagen para luego imprimirlas en un papel transfer
- se imprime en papel transfer con una impresora y tintas de buena calidad.
- Un operario recorta la imagen
- Luego se coloca la camiseta en la plancha transfer y se pone la imagen en sobre ella en una posición centrada., se hace presión por aproximadamente 10 seg. esto lo hace un operario especializado en estampados y que conozca la maquina.
- el estampado se adhiere a la ropa; luego Se procede a despegar el papel base del transfer en caliente al cabo de 3 a 8 seg. de terminado el proceso anterior.
- Luego se procede a meter las camisetas en bolsas plásticas transparentes para conservar su calidad
- Se hace una inspección de calidad del producto.
- Se meten en cajas para guardarlas en la bodega de nuestra empresa y así terminado el proceso de producción.



6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

La administración es un proceso a través del cual se logra determinados objetivos que se establecen previamente, utilizando recursos humanos, materiales, financieros, técnicos.

En este existen una serie de escalones sucesivos a través de las cuales se ejecuta la administración y forman un proceso integral.



Ellos son :

Planeación:

- Se prevén las fallas y cambios q se pueden tener en un futuro.
- Se toman las medidas necesarias para afrontarlas.
- Recursos humanos, tecnológicos, materiales.
- En reuniones con demás socios o personal implicado en el proyecto.
- el tiempo q sea necesario para no tener inconsistencias.

Organización:

- en este se reparten las obligaciones y estructuras necesarias de trabajo para su funcionamiento.
- se establecen los cargos de autoridad y responsabilidad.
- en este se dota al personal de elementos necesarios para su funcionamiento y enfocado en lo que sabe hacer.
- en las oficinas dotadas con las herramientas necesarias para su ejecución.

Dirección:

- en este el personal es dirigido, para lograr que obtengan los objetivos encomendados con la toma de decisiones, motivación, comunicación y coordinación de esfuerzos.
- guiando y supervisando para ejecutar planes y lograr objetivos de un organismo social.
- Recursos humanos, materiales.
- en la zona de trabajo.
- mientras se realizan las acciones de trabajo.

Control:

- comparar los resultados con los planes generales.
- transfiriendo datos detallados de manera que muestre las comparaciones y las variaciones.
- este se ejecuta con informes, auditorias, estudios de tiempo y movimiento.
- en los puntos del proceso productivo.
- en el momento de elaboración del producto.



6.1.2 Procesos administrativos externalizados (a)

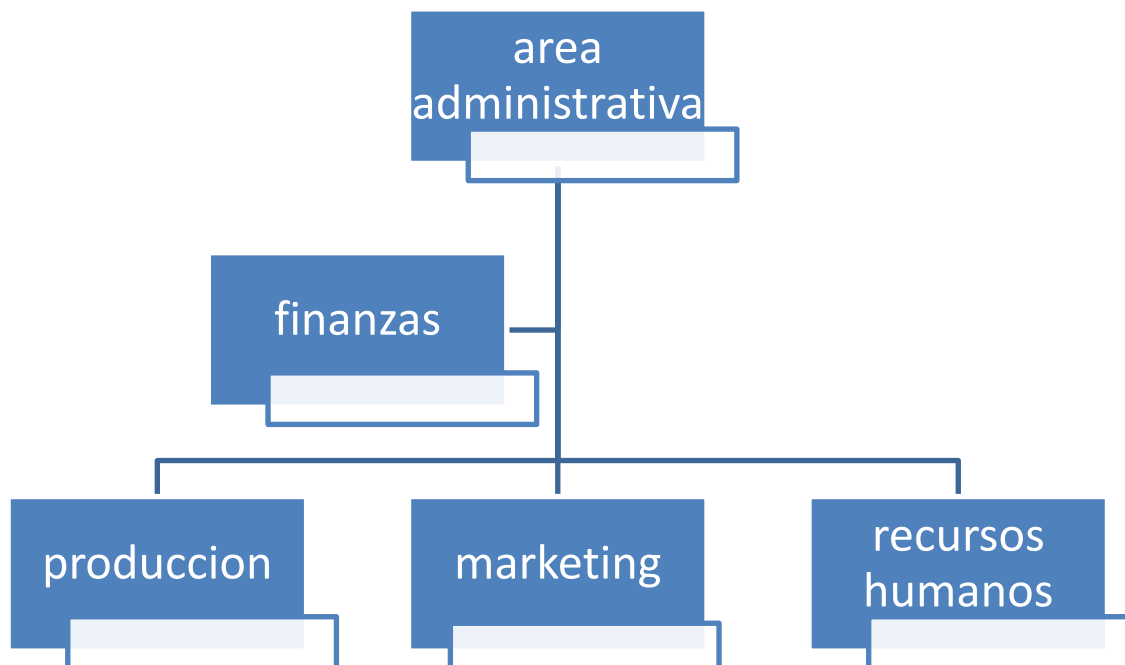
Procesos administrativos externalizados

Servicios administrativos prestados por terceros dentro de la empresa:

Servicio contratado	proveedor	Control mensual	costo mensual
Contabilidad administrativa	Asesoría JAOS	2 visitas	\$ 1'000.000

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama



6.2.2 Descripción funcional de la Organización



Descripción:

Área administrativa. Se encarga de velar por el cumplimiento de las demás áreas comerciales de la organización, y a la vez el mejoramiento continuo de cada una de estas.

Área de finanzas: La finalidad del área financiera es velar por la obtención de recursos monetarios, la inversión de los mismos y la correcta asignación de los mismos, también se encarga de registrar todas las operaciones, presentar resultados de las mismas y cumplir con las obligaciones fiscales

Área de marketing: se encarga de identificar los hechos que influyen en el mercado para crear lo que el consumidor busca, brindando la información necesaria, para distribuirla de tal forma que este a su disposición el momento oportuno, para darle al cliente en el lugar preciso, el precio adecuado y la calidad pertinente el producto demandado

Área de producción: se encarga de realizar los procesos de producción desde que llega la materia prima hasta convertirse en el producto final, utilizando de forma adecuada los equipos, instalaciones y maquinaria requeridos para la elaboración del producto.

Área de recursos humanos: se encarga de velar por conseguir y conservar el grupo humano de trabajo, cerciorándose que las características de los mismos cumplan con las características necesarias para la funcionalidad de la empresa

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

Dentro de la misma empresa están ubicadas las locaciones administrativas y en ella contamos con recursos realmente buenos, y suficiente para ejecutar nuestro plan de trabajo.

El local donde se encuentra ubicada Nuestra empresa thermal shirts S.A.S es propio; En el municipio de bello, con arriendo mensual de 1'100.000 de pesos. Con un área de AREA 30 MTR.

Las instalaciones muy cómodas; con aire acondicionado ya que las máquinas de



estampación producen aproximadamente de 160° a 190° de un valor de \$ 749.900,00. También es muy iluminado ya que allí se diseñan y se crean muchos estilos para estampados, sin riesgo de corto.

Las oficinas son amplias, cada una con su computador con acceso a internet, teléfono y fax, los cuales son muy importantes en la comunicación de nuestra empresa.

6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

Equipos y muebles	Descripción	Valor
2 computadores	Es una máquina electrónica que recibe y procesa datos para convertirlos en información útil. (marca SURE)	\$1'858.000
2 Escritorios con sillas	Para ordenadores y ejecución de labores.	\$300.000
2 Sillas ejecutivas	Necesario para la comodidad y elaboración de trabajos en oficina.	\$140.000
Fuente: elaboración propia.		

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

Materiales	Descripción
Hojas para impresora	Impresión de trabajos y cartas.
Facturas (hojas)	Elaboración de cotizaciones.
Cuadernos y agendas	Llevar una programación y apuntes necesarios.
Lápices, lapiceros, borradores, Grapadoras.	Indispensables en una oficina para la ejecución de trabajos.
Fuente: elaboración propia.	



6.3.4 Requerimientos de servicios.

Servicios para la producción	Utilización	Valor
Vigilancia	Solo en la noche.	\$50.000
seguros	Se utiliza una póliza de seguros especialmente diseñada para otorgar cobertura a una mediana empresa y que en un solo paquete cubre las necesidades de seguros.	\$500.000
Mantenimiento	De los computadores cada que sea necesario.	\$60.000
Servicios	Es indispensable para la salud de los empleados y para Las maquinas, los computadores, aire acondicionado necesitan luz. Y obviamente la empresa debe estar bien iluminada.	\$430.000
comunicaciones	Fax, teléfono, video conferencias, internet, celulares y correos electrónicos.	\$125.000
Fuente: elaboración propia.		

6.3.5 Requerimientos de personal

Personal	Perfil	Salarios
Gerentes (3 socios)	Líderes del personal, control y dirección de la empresa.	\$2'100.000
1 auxiliar contable	Capacitado en esta área, que lleve la contabilidad de la	\$700.000



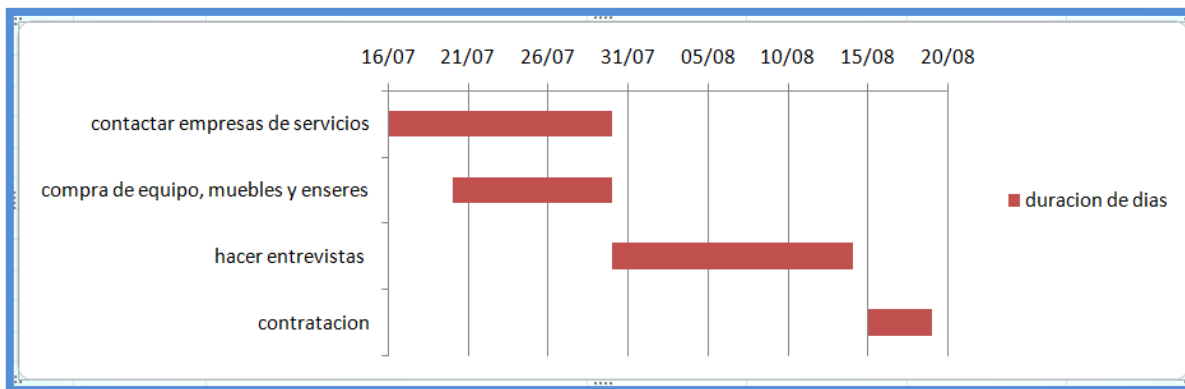
	empresa día a día.	
Secretaria.	Recepción de llamadas, archivar, recibo y envío de correspondencia, paso de memos y apuntes a persona.	\$620.000
1 vendedor (área de ventas y comercialización)	Que tenga experiencia y sepa desenvolverse en esta área.	\$600.000
1 mensajero	Recibo y envío de correspondencia.	\$566.700
Fuente: elaboración propia.		

6.4 Programa de administración

Las actividades PRE-OPERATIVAS que se realizarán antes de empezar con la administración de nuestra empresa son las siguientes:

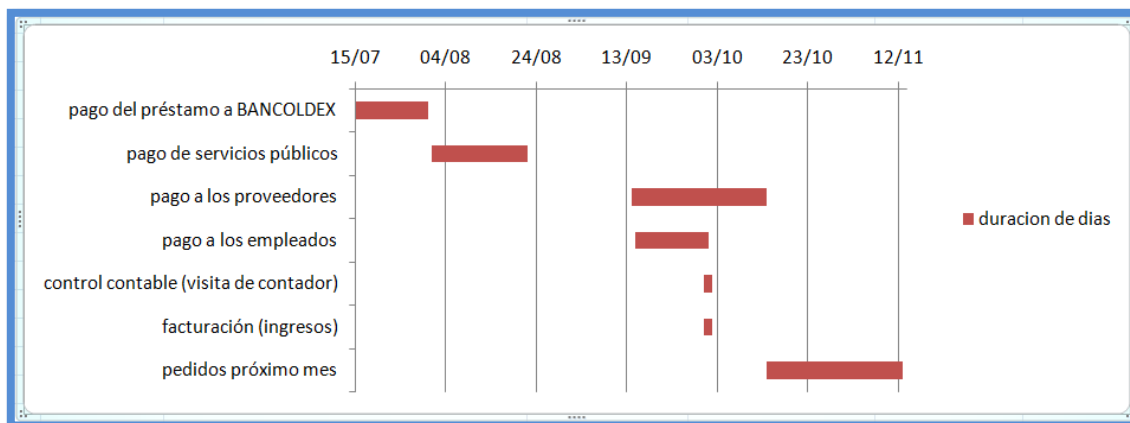
- hacer entrevistas a varias personas cada una con su respectivo estudio, preparación y experiencia
- se contrata a las mejores y más sobresalientes personas entrevistadas.
- contactar las empresas de servicios acordados anteriormente para que nuestra empresa sea segura, y tenga las comunicaciones necesarias para la administración de nuestra empresa de nuestro producto.
- comprar todos los equipos, muebles y enseres para el acondicionamiento del área de administración.





Una vez hecho las actividades anteriores procedemos con las actividades OPERATIVAS en el área de administración y son las siguientes:

- pago a los proveedores
- control contable (visita de contador)
- pago a los empleados
- pago de servicios públicos
- pago del préstamo a BANCOLDEX
- facturación (ingresos)
- pedidos próximo mes



7.1 Tipo de Organización empresarial



Thermal shirts S.A.S : (sociedad por acciones simplificadas) "Con la entrada en vigencia de la Ley 1258 de Diciembre 5 de 2008 ya no se podrán seguir constituyendo Sociedades Unipersonales. Además, no todas las S.A.S estarían obligadas a nombrar Revisor Fiscal, pues sólo requieren un Contador Público independiente que al final del año dictaminen sus Estados Financieros. Esto y muchas otras ventajas harán de este tipo de sociedad la preferida para conformar nuevas empresas. Análisis.

El nuevo tipo de forma societaria conocido como “Sociedades por Acciones Simplificadas”, creado con la ley 1258 de diciembre 5 de 2008 (la cual opera en forma independiente pues no introduce modificaciones al Código de Comercio), promete convertirse en el modelo societario que se impondrá en los siguientes años, tal como ha sido anotado por el mismo impulsor de la ley en “La Sociedad por Acciones Simplificada: Al fin algo nuevo en el Derecho Societario colombiano”.

Desaparecen las Sociedades Unipersonales

De hecho, esta ley prohíbe que se sigan formando las Sociedades Comerciales Unipersonales establecidas en el artículo 22 de la Ley de Emprendimiento y reguladas con el decreto 4463 de diciembre 15 de 2006, que comentamos en nuestro análisis “8 respuestas de Supersociedades sobre Sociedades Anónimas Unipersonales”.

En efecto, en el artículo 46 de la ley 1258 de 2008 se estableció lo siguiente: “Artículo 46°. Vigencia y derogatorias.- La presente Ley rige a partir del momento de su promulgación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.

Sin perjuicio de las ventajas y beneficios establecidos en el ordenamiento jurídico una vez entre en vigencia la presente Ley, no se podrán constituir sociedades unipersonales con base en el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006. Las sociedades unipersonales constituidas al amparo de dicha disposición tendrán un término máximo improrrogable de seis (6) meses, para transformarse en sociedades por acciones simplificadas.” (El resaltado es nuestro) Y la razón es clara: las sociedades por acciones simplificadas contemplan más ventajas en su constitución y funcionamiento que las que se ofrecían con las sociedades unipersonales.

Ahora bien, la existencia de las S.A.S. con sus múltiples ventajas no implicará que se vayan a dejar de constituir sociedades anónimas clásicas de las reguladas en el código de comercio, pues muy claramente dice el artículo 4 de la Ley 1258 que “Las acciones y los demás valores que emita la sociedad por acciones simplificada no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa.” (El subrayado es nuestro) Por ello, los que deseen seguir constituyendo sociedades por acciones clásicas lo harían porque tienen pensado, desde el comienzo de la sociedad o en una fecha posterior, el poder contar con el permiso para poder negociar sus acciones en la bolsa (caso por ejemplo de los bancos y las grandes industrias). (<http://cjpgpderecho.blogspot.com>)



7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

Los documentos necesarios para la apertura de la organización son los siguientes:

- Un documento privado de constitución de la S.A.S.
- Formularios de matricula (certificado de existencia y representación legal)
- RUT
- Formato DIAN-SM
- El tiempo aproximado de la tramitación de estos es de 7 días
- Después de tener diligenciados los documentos anteriores se deben pagar los impuestos y derechos de registro los cuales tienen un valor de \$129.000 respectivo según nuestro capital de trabajo.

8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

Para el funcionamiento y la liquidez de la empresa por los primeros meses se realizara un préstamo bancario, de un total de \$78'570.439 millones de pesos, que se realizara a mediados del mes de julio del 2012. Además de este préstamo también se cuenta con unos activos fijos propios de un monto total de \$ 2'787.000, que se componen de equipos de comunicación e informática.

8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios

Monto del Préstamo:	de \$78'570.439
Intereses (efectivo Mensual):	2%



Plazo (meses):	60
Modalidad del Préstamo:	En función del prestatario

La entidad financiera que financiara el préstamo bancario será BANCOLDEX, por un valor de \$78'570.439 (setenta y ocho millones quinientos setenta mil cuatrocientos treinta y nueve pesos) la destinación de estos fondos será para la apertura y en funcionamiento de la empresa, el plazo es de 60(sesenta) meses con un interés del 2%.

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

El total de los ingresos mensuales de la compañía serian al inicio de \$40'000.00 millones de pesos por una demanda total mensual de 1000 unidades. Inicialmente la idea principal es exportar la mitad de la producción (450) y la otra mitad comercializarla en el mercado nacional.

Altas (optimista)	1000	Unidad de Medida	unidad
Medias (medio)	900	Precio Unitario Venta	\$ 40.000
Bajas (pesimista)	800	Consolidado (Medio)	900

8.2.1.2 Otros Ingresos

En el momento en la creación de la empresa no se tienen contemplados otros ingresos a medida que el proyecto avance se irán buscando otras alternativas de ingresos, como por ejemplo a través del reciclaje de los residuos y demás alternativas.

8.2.2 Egresos

8.2.2.1 Inversiones

Inversión	Exigibles valor	Disponible	Requerimientos financieros
-----------	-----------------	------------	----------------------------



Activos fijos	\$5'412.000	\$ 2'787.000	2'625.000
Gastos pre operativos	\$1'129.000	\$ 0	1'129.000
Capital de trabajo	\$74'816.439	\$ 0	74'816.439

8.2.2.2 Costos

RESUMEN COSTOS		
Cuenta	Valor	Participación
Total Costos Variables	\$ 12'726.000	44.64%
Total Costos fijos de producción	\$ 5'059.849	17.75%
Total Costos fijos de administración	\$3'799.365	13.33%
Total Costos fijos de Comercialización y Ventas	\$6'923.011	24.28%
Costos Totales	\$28.508.225	100,00%

8.2.2.3 Gastos

Gastos Administrativos y legales

Gastos Administrativos y legales	
Salarios	\$ 2'136.800
Arriendo	\$1'100.000
Servicios públicos	\$555.000
Suministros de oficina	\$62.516
seguros	\$500.000
Depreciación de equipos, muebles y enseres	\$7.500
Depreciación de equipos de informática	\$77.416.7
mantenimiento	\$42.000



Total gastos administrativos y legales	\$4'481.232.7
--	---------------

Gastos Distribución y Ventas

Gastos Distribución y Ventas	
Salario de vendedor	\$600.000
Publicidad y promoción	\$6'000.000

Gastos Amortización de diferidos

Gastos Amortización de diferidos		
Constitución y registro	\$129.000	\$1.850,78
Publicidad y promoción	\$1'000.000	\$14.347,09

8.2.2.4 Gastos Financieros

Gastos Financieros	
Gastos totales	\$4'481.232.7
Costos totales	\$28'508.225
Pago mensual del préstamo bancario	\$2'260.312
Interés del préstamo bancario	2.0%

8.3 Estados Financieros Proyectados

8.3.1 Flujo de Caja



(Flujo de caja mensual)

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 36.000.000	\$ 36.000.000	\$ 36.000.000	\$ 36.000.000	\$ 36.000.000	\$ 36.000.000	\$ 36.000.000	\$ 36.000.000	\$ 36.000.000	\$ 36.000.000	\$ 36.000.000	\$ 36.000.000
- Costos variables		\$ 12.726.000	\$ 12.726.000	\$ 12.726.000	\$ 12.726.000	\$ 12.726.000	\$ 12.726.000	\$ 12.726.000	\$ 12.726.000	\$ 12.726.000	\$ 12.726.000	\$ 12.726.000	\$ 12.726.000
- Costos fijos	\$ 0	\$ 15.782.225	\$ 15.782.225	\$ 15.782.225	\$ 15.782.225	\$ 15.782.225	\$ 15.782.225	\$ 15.782.225	\$ 15.782.225	\$ 15.782.225	\$ 15.782.225	\$ 15.782.225	\$ 15.782.225
Costos fijos de Producción		\$ 5.059.849	\$ 5.059.849	\$ 5.059.849	\$ 5.059.849	\$ 5.059.849	\$ 5.059.849	\$ 5.059.849	\$ 5.059.849	\$ 5.059.849	\$ 5.059.849	\$ 5.059.849	\$ 5.059.849
Costos fijos de Administración		\$ 3.799.365	\$ 3.799.365	\$ 3.799.365	\$ 3.799.365	\$ 3.799.365	\$ 3.799.365	\$ 3.799.365	\$ 3.799.365	\$ 3.799.365	\$ 3.799.365	\$ 3.799.365	\$ 3.799.365
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 6.923.011	\$ 6.923.011	\$ 6.923.011	\$ 6.923.011	\$ 6.923.011	\$ 6.923.011	\$ 6.923.011	\$ 6.923.011	\$ 6.923.011	\$ 6.923.011	\$ 6.923.011	\$ 6.923.011
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 99.292	\$ 99.292	\$ 99.292	\$ 99.292	\$ 99.292	\$ 99.292	\$ 99.292	\$ 99.292	\$ 99.292	\$ 99.292	\$ 99.292	\$ 99.292
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 1571.409	\$ 1557.631	\$ 1543.577	\$ 1529.242	\$ 1514.621	\$ 1499.707	\$ 1484.495	\$ 1468.979	\$ 1453.152	\$ 1437.009	\$ 1420.543	\$ 1403.748
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 5.821.075	\$ 5.834.853	\$ 5.848.906	\$ 5.863.241	\$ 5.877.862	\$ 5.892.776	\$ 5.907.988	\$ 5.923.505	\$ 5.939.331	\$ 5.955.474	\$ 5.971.940	\$ 5.988.736
- Impuestos	\$ 0	\$ 1.920.955	\$ 1.925.501	\$ 1.930.139	\$ 1.934.870	\$ 1.939.695	\$ 1.944.616	\$ 1.949.636	\$ 1.954.757	\$ 1.959.979	\$ 1.965.307	\$ 1.970.740	\$ 1.976.283
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 3.900.120	\$ 3.909.351	\$ 3.918.767	\$ 3.928.371	\$ 3.938.168	\$ 3.948.160	\$ 3.958.352	\$ 3.968.748	\$ 3.979.352	\$ 3.990.168	\$ 4.001.200	\$ 4.012.453
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 99.292	\$ 99.292	\$ 99.292	\$ 99.292	\$ 99.292	\$ 99.292	\$ 99.292	\$ 99.292	\$ 99.292	\$ 99.292	\$ 99.292	\$ 99.292
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 78.570.439	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 80.165.939
Prestamos	\$ 78.570.439												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 74.816.439
Valor de Salvamento													\$ 5.349.500
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 81.357.439	\$ 688.903	\$ 702.681	\$ 716.735	\$ 731.069	\$ 745.691	\$ 760.604	\$ 775.817	\$ 791.333	\$ 807.160	\$ 823.303	\$ 839.769	\$ 856.564
Activos Fijos	\$ 5.412.000												
Pago Credito (Capital)		\$ 688.903	\$ 702.681	\$ 716.735	\$ 731.069	\$ 745.691	\$ 760.604	\$ 775.817	\$ 791.333	\$ 807.160	\$ 823.303	\$ 839.769	\$ 856.564
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 1.129.000												
Capital de Trabajo	\$ 74.816.439												
FLUJO DE CAJA	-\$ 2.787.000	\$ 3.310.509	\$ 3.305.962	\$ 3.301.324	\$ 3.296.594	\$ 3.291.769	\$ 3.286.847	\$ 3.281.827	\$ 3.276.707	\$ 3.271.494	\$ 3.266.157	\$ 3.260.723	\$ 83.421.120

Tasa Esperada	8,00%
Valor Presente Neto	53.828.781
Tasa Interna de Retorno	118,92%

FLUJO DE CAJA (ANUAL - 5 AÑOS) y EVALUACIÓN FINANCIERA



Documento 1- Plan de Negocios

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 432.000.000	\$ 480.816.001	\$ 535.148.209	\$ 595.619.956	\$ 662.925.011
- Costos variables		\$ 152.712.000	\$ 159.584.040	\$ 166.765.322	\$ 174.269.761	\$ 182.111.901
- Costos fijos		\$ 189.386.700	\$ 197.909.102	\$ 206.815.011	\$ 216.121.687	\$ 225.847.162
Costos fijos de Producción		\$ 60.718.188	\$ 63.450.506	\$ 66.305.779	\$ 69.289.539	\$ 72.407.569
Costos fijos de Administración		\$ 45.592.380	\$ 47.644.037	\$ 49.788.019	\$ 52.028.480	\$ 54.369.761
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 83.076.132	\$ 86.814.558	\$ 90.721.213	\$ 94.803.668	\$ 99.069.833
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.191.500	\$ 1.191.500	\$ 1.191.500	\$ 1.191.500	\$ 1.191.500
- Intereses Credito		\$ 17.884.113	\$ 15.405.658	\$ 12.262.379	\$ 8.275.941	\$ 3.220.173
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 70.825.688	\$ 106.725.701	\$ 148.113.997	\$ 195.761.068	\$ 250.554.275
- Impuestos	\$ 0	\$ 23.372.477	\$ 35.219.481	\$ 48.877.619	\$ 64.601.152	\$ 82.682.911
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 47.453.211	\$ 71.506.220	\$ 99.236.378	\$ 131.159.915	\$ 167.871.364
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.191.500	\$ 1.191.500	\$ 1,191.500	\$ 1.191.500	\$ 1.191.500
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 78.570.439	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 104.962.626
Prestamos	\$ 78.570.439					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 104.379.125
Valor de Salvamento						\$ 583.501
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 94.069.299	\$ 13.178.401	\$ 15.834.100	\$ 19.162.601	\$ 23.342.595	\$ 23.903.568
Activos Fijos	\$ 5.412.000					
Pago Credito (Capital)		\$ 9.239.628	\$ 11.718.082	\$ 14.861.362	\$ 18.847.800	\$ 23.903.568
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 1.129.000					
Capital de Trabajo	\$ 87.528.299	\$ 3.938.773	\$ 4.116.018	\$ 4.301.239	\$ 4.494.795	
FLUJO DE CAJA	-\$ 15.498.860	\$ 35.466.309	\$ 56.863.619	\$ 81.265.277	\$ 109.008.820	\$ 250.121.922

Tasa Interna de Retorno	151,82%
Valor Presente Neto	17.822.975
Tasa Interna de Retorno	281,38%

8.3.2 Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

CUENTAS	Mes 1
+ Ingresos por concepto de Ventas	36.000.000
- Costo Variables	12.726.000
- Costos Fijos Producción	5.059.849
- Gastos Depreciación	99.292
= Utilidad Bruta en Ventas	18.114.859
- Costos fijos de Administración	3.799.365
- Costos Fijos de Ventas y Distribución	6.923.011
- Amortización de diferidos	0
= Utilidad Operativa	7.392.483
+ Otros Ingresos	0
- Otros egresos	0
- Costos de Financiación	0
= Utilidad Antes de Impuestos	7.392.483
- Impuestos	2.439.520
= UTILIDAD NETA	4.952.964
- Utilidades Repartidas (Dividendos)	0
= Utilidades no Repartidas	4.952.964
Utilidades no Repartidas Acumuladas	4.952.964

8.3.3 Balance General



CAPITAL DE TRABAJO		
	CUENTA	VALOR
Requerimientos de Efectivo		\$ 12.726.000
	Costos Variables	\$ 5.059.849
	Costos Fijos de Producción	\$ 3.799.365
	Costos Fijos de Administración	\$ 6.923.011
	Costos Fijos de Comercialización y Ventas	
Activo Corriente		\$ 28.508.225
	Cuentas por Cobrar	\$ 17.785.849
	Inventarios productos	\$ 12.726.000
	Inventario de Materia Prima	
Pasivo Corriente		\$ 0
	Materia Prima	\$ 0
	Fijos de Produccion	\$ 0
	Administrativos	\$ 0
	Comercialización y Ventas	\$ 0
INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO		\$ 87.528.299

8.4 Evaluación financiera del proyecto

8.4.1 Valor Presente Neto

(VPN ANUAL)

Tasa Interna de Retorno	8,00%
Valor Presente Neto	53'828.781
Tasa Interna de Retorno	118.92%

(VPN en 5 años)

Tasa Interna de Retorno	151.82%
Valor Presente Neto	17'822.975
Tasa Interna de Retorno	281.38%



8.4.2 Tasa Interna de Retorno (TIR ANUAL)

Tasa Interna de Retorno	118.92%
-------------------------	---------

(TIR en 5 años)

Tasa Interna de Retorno	281.38%
-------------------------	---------

8.4.3 Indicadores Financieros proyectados

- ✓ Activos corrientes = \$59'020.074
- ✓ Pasivos corrientes = \$4'699.832 (obligaciones financiera y imporenta)
- ✓ Patrimonio = \$2'787.000
- ✓ Inventario=\$ 30'511.849
- ✓ Utilidad antes de impuesto= \$7'392.483
- ✓ Utilidad bruta en ventas= \$18'114.859
- ✓ Ventas netas= \$36'000.000
- ✓ Pasivo no corriente= \$2'260.312 (obligación financiera a 5 años)

Indicadores Financieros proyectados		Total
Razón corriente	$59'020.074 - 2'260.312 =$	56'759.762
Prueba acida	$59'020.074 - 30'511.849 / 4'699.832 =$	6.07
Rentabilidad de patrimonio	$7'392.483 / 2'787.000 * 100 =$	262.25%
Rendimiento bruto en ventas	$18'114.859 / 36'000.000 * 100 =$	50.32%
Rentabilidad de la inversión	$7'392.483 / 59'020.074 * 100 =$	12.53%



Endeudamiento total	$4'699.832/59'020.074*100=$	7.96%
Endeudamiento a largo plazo	$2'260.312/4'699.832*100=$	48.09%
Cobertura de activo fijo	$2'787.000/59'020.074=$	4.72%

8.4.4 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Cambio Porcentual en las Ventas	10,00%
Tasa de Retorno	8,00%
Valor Presente Neto	54.847.487
Tasa Interna de Retorno	28,98%

En 5 años

Tasa Interna de Retorno	151,82%
Valor Presente Neto	17.822.975
Tasa Interna de Retorno	281,38%

8.4.5 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Cambio Porcentual en el Precio	3,00%
Tasa de Retorno	8,00%
Valor Presente Neto	59.281.887
Tasa Interna de Retorno	144,72%

