



PLAN DE NEGOCIOS

GRUPO VINILO

DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR

MAYO 28 DE 2012

**PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
ROPA PARA MADRES LACTANTES**

**Grupo Vinilo
Plan de Negocios**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
COMERCIO EXTERIOR**

Medellín, Mayo 28 de 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

PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA PARA MADRES LACTANTES

Grupo Vinilo Plan de Negocios

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

El presente Plan de Negocios se realiza con el fin de estudiar la viabilidad comercial, técnica, financiera, legal y organizacional de la Empresa Grupo Vinilo dedicada a las confecciones y con miras a la producción y comercialización nacional e internacional de ropa para madres lactantes.

La idea de negocio surgió de la necesidad que tienen las mujeres en esta importante etapa de su vida de alimentar a sus hijos de una forma fácil y cómoda en cualquier lugar y teniendo en cuenta las tendencias de la moda. Esto se logra a través de sistemas especialmente diseñado para tener fácil acceso al busto de la mujer. Esta línea está poco explotada en Colombia y resulta también una buena oportunidad en el mercado anglo pues aunque si existe oferta, la demanda es bastante amplia y es sabido que los productos textiles colombianos tienen gran aceptación en éste país.

Las prendas inicialmente se exportarán al mercado Estadounidense aprovechando al máximo la puesta en marcha del tratado de libre comercio con éste país.

Cuento con varias ventajas para poner en marcha el proyecto: Conocimientos en el área productiva de la confección, estudios en comercio exterior y bases de conocimiento administrativo, lugar para iniciar el proyecto, equipos de oficina propios, acceso y conocimiento de proveedores.

Además la capacidad de producción resulta viable y el requerimiento de personal son es de 10 personas vinculadas directamente a la empresa y 3 cargos subcontratados por prestación de servicios (diseñador, contador y secretaria

El proyecto tiene una inversión estimada de \$175'236,834 de los cuales hay \$93'000.000 disponibles, el requerimiento financiero sería de \$ 82'236,834

En el primer año se tiene el objetivo de producir y vender un mínimo de 20.000 unidades con un valor aproximado de \$484'444,800 y una rentabilidad del 42%.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

JHON RAMÍREZ PARRA

Identificación:	1'004.912.146	Teléfono:	343 3292	Celular:	300 6476057
Dirección:	Cra 73 # 20-03			Barrio:	Belén
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	jhonra50@hotmail.com		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	X	Universitarios	
Otros Estudios:	Comercio Exterior y Legislación Aduanera en Colombia. Eafit - 2009				

PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

El Plan de Negocios de la Empresa Grupo Vinilo está formulado con el propósito de verificar la viabilidad del negocio económica y financieramente con antelación a su realización, analizando puntualmente la comercialización de una línea de ropa especializada en madres durante y después del embarazo, los recursos requeridos y los aspectos productivos; con lo cual se detectarán posibles problemas de operación antes de que ocurran para así ahorrar tiempo y dinero. Además se analizará la posibilidad de exportación de los productos al mercado Estadounidense.

5. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

Grupo Vinilo S.A.S.

3.2 Descripción de la Empresa

Grupo Vinilo S.A.S. es una micro empresa del sector económico textil y confección; que se dedica al diseño, patronaje, corte, estampación, confección y comercialización de prendas de vestir bajo la marca VNL.

Actualmente se encuentra en su fase de estudio, dentro de las líneas de producto principales están las prendas de vestir para madres durante y después de la gestación, con estilos innovadores, combinando materiales, colores y texturas que le garantiza a cada una de sus clientes una prenda que resalta su belleza y le brinda comodidad.

3.3 Misión y Visión de la Empresa

Misión:

Ofrecer a las madres diseños novedosos, confortables y cómodos generando una satisfacción y experiencia de compra única que las hagan sentirse a gusto y resalten su belleza, para crear valor y dejar nuestra huella en cada una de ellas.

Visión:

Grupo Vinilo en el año 2016 será una empresa líder en el mercado nacional en diferentes líneas de prendas maternas y tendrá una expansión a nivel internacional incursionando en el mercado Estadounidense, brindando calidad y diseño.

3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

Objetivos a corto plazo

- Imponer una nueva tendencia de ropa multiusos especializada para madres antes y después de la gestación.
- Vender nuestros productos a nivel nacional.
- Posicionar en el mercado nacional la marca VNL.
- Aumentar la eficiencia de la producción en un 20% para el segundo semestre del primer año.
- Vender 20.000 unidades en el primer año.
- Reducir los costos de operación.
- Implementar un sistema óptimo de recepción y despacho de pedidos.
- Optimizar la relación con los proveedores.
- Implementar el sistema de servicio postventa.

Objetivos a mediano plazo

- Ser una empresa reconocida a nivel nacional por su variedad e innovación en diseños de prendas maternas.
- Obtener la certificación de calidad en los procesos (ICONTEC ISO 9001)
- Incursionar en el mercado Internacional

- Participar en diferentes ferias de moda nacionales e internacionales

Objetivos a largo plazo

- Alcanzar una participación del 10% en ventas nacionales y al menos del 2% en ventas internacionales.
- Ser reconocidos como una empresa que maneja buenas prácticas empresariales.

3.5 Ventajas Competitivas

Comprar a Grupo Vinilo es una gran ventaja ya que le ofrece una línea de ropa especializada con diseños modernos e innovadores que permitan lucir a las madres, cómodas, confortable, informal, bonita que cubre todas las necesidades y requerimientos de nuestras mujeres.

Además ésta línea de ropa multiusos cuenta con sistemas desarrollados y de fácil acceso para los bebés en el momento de alimentarse, por medio de aberturas estratégicamente ubicadas con broches, sobre prendas, tops especiales entre otros, en segundo lugar porque al investigar un poco más en el mercado nos encontramos con que soy muy pocas las empresas que en la actualidad se dediquen a ventas expresamente con estos diseños y porque además de la ropa multiusos podemos ofrecer otras alternativas, como lo son blusas, capris, vestidos, entre otros.

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

En el período de maternidad y lactancia la necesidad básica de la madre es la comodidad.

Nuestras prendas están diseñadas para brindar éste confort que las mujeres buscan, especialmente para la etapa de lactancia brindan diseños exclusivos y novedosos para que el bebé tenga fácil acceso al alimento de una manera fácil y discreta, sin necesidad de que la madre se retire prenda alguna. Con esto buscamos marcar la diferencia y una nueva tendencia en este tipo de prendas.

3.7 Relación de productos y/o servicios

Nuestros productos están basados en una línea de ropa multiuso para madres antes y después de la gestación con una gran variedad de diseños que van desde el short, capri o pantalón, combinados con diferentes estilos de blusas, camisones o batolas sistemas adecuados para lactar de una manera fácil y con gran discreción.

3.8 Justificación del Negocio

Nuestra línea de ropa materna satisface la necesidad de comodidad de las madres especialmente en el periodo de la lactancia por medio de diseños apropiados, que permiten que las madres descubran su pecho fácil y discretamente sin desacomodar ni retirar ninguna prenda, lo cual se presenta como una propuesta innovadora en el sector textil, pues es una línea especializada en la cual existe poca oferta ya que ésta se centra básicamente en la etapa prenatal. Nosotros extendemos esta oferta hasta el período de la lactancia.

Además se tiene el propósito de exportar los productos al mercado Estadounidense y es sabido

que la confección colombiana tiene buena acogida en este mercado.

3.9 Análisis del entorno y del sector

SE PARTE EN DOS EL NEGOCIO DEL SECTOR TEXTIL, CONFECCIÓN, DISEÑO Y MODA DE COLOMBIA CON LA APROBACIÓN DEL TLC CON EEUU

- Luego de 5 años de negociación el Congreso de EEUU ratifica el TLC con Colombia
- El sector textil, confección, diseño y moda, uno de las grandes ganadores con la aprobación del TLC.

Octubre de 2011. Con beneplácito recibe el Instituto para la Exportación y la Moda, **Inexmoda**, la aprobación por parte del Congreso de Estados Unidos del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y este país, luego de 5 años de negociaciones y de los esfuerzos por parte de Colombia para cumplir con todos los requisitos exigidos por el congreso y el gobierno norteamericano.

Demócratas y Republicanos le dieron hoy el tan esperado “sí” al TLC en la última de las cuatro sesiones requeridas. Un hecho sin precedentes, especialmente para el Sistema Moda de Colombia. El sector textil es respaldado por una industria de más de 100 años de experiencia, representa el 8% del PIB manufacturero colombiano, genera 130.000 empleos directos y 650.000 indirectos, constituye el 5% del total de exportaciones de Colombia y es el sector de exportaciones no tradicionales más importantes del país

Carlos Eduardo Botero Hoyos, Presidente Ejecutivo de **Inexmoda**, se mostró muy satisfecho con la noticia y afirmó que “el sector textil, confección, diseño y moda es uno de los grandes ganadores con este TLC porque tendremos acceso a un mercado de 300 millones de posibles consumidores que amplían nuestro abanico de oportunidades. Además, hay que destacar que el sector ha venido haciendo la tarea y ahora está mejor preparado que hace algunos años”.

La aprobación de este tratado representa una estabilidad de largo plazo entre la relación comercial de las empresas del sector textil, confección, diseño y moda de los dos países; así como el acceso a nuevos productos que no estaban contemplados en el ATPDEA.

De igual forma, es importante resaltar el concepto de la acumulación de origen extendida, que permitirá conformar la proveeduría de materias primas entre todos los países del continente con los cuales Estados Unidos tiene tratados de libre comercio.

En el acuerdo aprobado también se contempla la renovación del ATPDEA con retroactividad desde febrero de este año, que representa importantes beneficios para los empresarios del país.

Por último, el presidente ejecutivo de **Inexmoda**, Carlos Eduardo Botero Hoyos, manifestó: “Esperamos que el proceso de implementación de este tratado de libre comercio sea lo antes posible, para empezar a tener acceso a los beneficios de este acuerdo, y seguir dinamizando nuestro comercio con el mundo”.

- Sitio web de Inexmoda. Recuperado el 18 de mayo de 2012, de <http://www.inexmoda.org.co/prensa/Elsectortextilylaaprobaci%C3%B3ndelTLCconUSA/tabid/6076/Default.aspx>

(Diana Marcela Rivera - Lina Marcela Velásquez, 2011)

3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio

Para desarrollar esta idea de negocio son imprescindibles los siguientes aspectos

- **Técnico y productivo:** Diseño de modas, conocimientos textiles, patronaje y escalado, corte, estampación y confección.
- **Administrativo:** Planeación, administración, conocimientos contables y financieros, elaboración e interpretación de balances, manejo de cartera, administración del recurso humano, compras y manejo de proveedores, manejo de inventarios.
- **Comercial:** Manejo de fuerza de ventas, planeación de calendario comercial, servicio al cliente, publicidad y mercadeo.
- **Legal:** Registros legales para el funcionamiento de la empresa, calendarios tributarios, liquidación de impuestos, recopilación de información para declaraciones, manejo de facturas y libros contables, políticas de calidad, políticas de ventas, liquidación de nómina y prestaciones legales, código del trabajo, normas internas.

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

Objetivos a corto plazo (seis meses)

- Competir en el mercado de ropa materna
- Imponer una nueva tendencia de ropa especializada para madres lactantes.
- Captar clientes a nivel nacional
- Comunicar los beneficios de la línea de ropa para lactancia.
- Implementar un adecuado sistema de servicio postventa.
- Implementar un sistema óptimo de recepción y despacho de pedidos.

Objetivos a mediano plazo (hasta 1 año)

- Fidelizar los clientes nacionales
- Posicionar en el mercado nacional la marca VNL.
- Vender 20.000 unidades en el primer año

Objetivos a largo plazo (más de 2 años)

- Incursionar en el mercado internacional (EEUU)
- Posicionar en el mercado internacional la marca VNL.
- Alcanzar una participación del 10% en ventas nacionales y al menos del 2% en ventas internacionales.
- Participar en diferentes ferias de moda nacionales e internacionales.

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

La marca VNL ofrece una línea de ropa multiusos especializada para mujeres antes y después de la gestación, con estas prendas se satisface la necesidad de comodidad durante el embarazo y de facilidad y discreción durante la lactancia, contando con sistemas que permiten un fácil acceso al pecho de la madre, utilizando materiales adecuados, cómodos y suaves.

NUESTROS PRODUCTOS:

- Camisones
- Camisillas
- Batolas
- Blusas
- Capri
- Short



SISTEMAS DE ACCESO PARA LA LACTANCIA:



Ver Anexo #1 – Fichas técnicas

4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

El consumidor final está determinado por mujeres en embarazo y en etapa de lactancia entre los 18 y 35 años de edad, residentes en Colombia y potencialmente en Estados Unidos, con estudios secundarios y de nivel socioeconómico medio – alto.

Colombia posee una tasa de natalidad de 17 personas por cada 1000 habitantes lo cual nos arroja que la población total de mujeres en estado de embarazo es de 790.721 personas al año.

Por su lado en Estados Unidos la tasa es de 14 por cada 1000 lo que nos resulta en 4'464.026 mujeres embarazadas anualmente.

4.2.2. Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

- Identificar las características básicas del consumidor.
- Identificar las necesidades de las madres lactantes en cuanto a vestuario
- Identificar las características relevantes de las prendas que prefieren las madres gestantes y lactantes.
- Establecer el rango de precios que las consumidoras están dispuestas a pagar por los productos
- Realizar un perfil de éstas consumidoras.
- Identificar las tasas de natalidad de Colombia y Estados Unidos

VARIABLES ESTUDIADAS

Edad, estado civil, nivel socio económico, nivel educativo, motivo de compra, lugar de compra, criterios de compra, exigencias del producto, frecuencia de compra, marcas conocidas por el consumidor.

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

- Encuesta dirigida al consumidor potencial
- Datos en Internet (población – tasas de natalidad)

Ver Anexo #2 - Encuestas

c) Aplicación de la Medios

La encuesta fue realizada entre 30 mujeres residentes en el área metropolitana de la ciudad de Medellín que resultan clientes potenciales y que fueron elegidas por características, tales como: edad fértil, estado civil, que sean madres (con el fin de que tengan experiencia en el tema).

d) Resultados del estudio de los consumidores

Población Consumidora

CONSUMIDOR FINAL

Mujeres embarazadas y en etapa de lactancia entre los 18 y 35 años de edad, residentes en Colombia y potencialmente en Estados Unidos, en su mayoría casadas, con estudios secundarios y de nivel socioeconómico medio – alto.

Estas mujeres necesitan diseños que les permitan estar cómodas y lactar a sus bebés con mayor facilidad y discretamente, actualmente la oferta de este tipo de prendas es poca por lo cual ella usan otros métodos como cubrirse con una manta cuando están en presencia de extraños y/o retirar o desacomodar la prenda por lo cual optan por diseños que tengan botones en la parte frontal pero que no necesariamente son prendas con diseño especializado para este uso.

La compra es realizada en almacenes de cadena y almacenes de ropa. Valoran la calidad, el servicio, la innovación y los precios asequibles. Durante el embarazo la compra es recurrente y se da en la medida que la madre aumenta de peso.

HALLAZGOS DEL ESTUDIO (ENCUESTAS)

1. El 78% de las mujeres encuestadas prefieren la ropa de estilo informal.

2. El 75% de las personas tiene en cuenta el diseño de la prenda y la calidad.
3. El 36% de las mujeres prefieren los colores neutros, el otro 28% prefieren los colores cálidos y el 36% prefieren los fríos.
4. El 18% de la población encuestada prefiere las prendas estampadas, el otro 45% prefiere las prendas estampadas, el 37% no responde.
5. Durante el embarazo las mayoría de las mujeres prefieren conjuntos de 2 prendas a los vestidos.
6. Para dormir 63% de las mujeres prefieren las batolas, el 12% los shorts y el 25% los pantalones.
7. El 68% de la población no se fija en la marca de la ropa que adquiere.
8. Durante el embarazo la mayoría de las mujeres adquieren la ropa en Nueve Lunas

Determinación de la Demanda

Tamaño de segmento del mercado

Colombia posee una tasa de natalidad de 17 personas por cada 1000 habitantes lo cual nos arroja que la población total de mujeres en estado de embarazo es de 790.721 personas al año.

Por su lado en **Estados Unidos** la tasa es de 14 por cada 1000 lo que nos resulta en 4'464.026 mujeres embarazadas anualmente.

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

- Telas: Textiles Portofino, Lindalana, Pizantex
- Cintas: Fahilos
- Estampación: Sumiprint, Sublimoda
- Botones: Estrada y Velásquez, Chacharrería Bombay
- Maquinaria y equipo: Antioqueña de máquinas, Pocho cortar
- Etiquetas: mistarjetas.com
- Marquillas: Finotex

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

Los proveedores fueron estudiados bajo parámetros como:

- Calidad del producto
- Tiempos de entrega
- Precios
- Forma de pago
- Proceso de compra
- Servicio

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

Los proveedores fueron analizados por medio de cotizaciones de los insumos que se requieren para la elaboración de nuestros productos, además de esto se hicieron entrevistas personales y por

vía telefónica para identificar aspectos tales como tiempos de entrega, formas de pago y políticas de ventas.

c) Aplicación de los Medios

Se realizaron llamadas para concretar citas y pedir cotizaciones, también consultando con otras empresas de confección para determinar cuál o cuales nos pueden ofrecer lo que necesitamos telas de muy buena calidad, rápida entrega con los pedidos, facilidades de pago, y que cuando lleguen nuevos estilos de telas nos informen para nosotros estar al tanto ello.

d) Resultados del estudio de los proveedores

PROVEEDOR	DESCRIPCION	DEBILIDADES Y/O FORTALEZAS
Textiles Portofino	Ubicada en Molino viejo (centro de Medellín), venden telas de línea y colecciones estampadas con tendencias de moda Maneja diferentes líneas a muy buenos precios Distribuye también telas de la agencia Primatela.	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de telas estampadas y amplia gama en telas fondo entero. • Telas de línea manejadas en bodega, con entrega inmediata • Telas de colección con pedido mínimo y sujetas a disponibilidad y despachadas desde Bogotá (3 días para la entrega). • Pedido mínimo 15 mts • Pago en efectivo
Pizantex	Agencia de telas con central en Bogotá, oficinas ubicadas en el Poblado (Medellín), distribuye telas en tejido de punto y tejido plano.	<ul style="list-style-type: none"> • Venden muestras • Despachos desde Bogotá. • Demora en la entrega • Pedido mínimo (30 mts) • Pago en efectivo
Lindalana	Productora y distribuidora de telas en tejido de punto.	<ul style="list-style-type: none"> • Especialistas en telas perchadas. • Entrega inmediata • Pago en efectivo
Sumiprint	Insumos para estampación, ubicada en Itagüí	<ul style="list-style-type: none"> • Descuento por pago de contado • Entrega inmediata • Venta de insumos, maquinaria y equipo • Capacitación periódica a clientes
Estrada y velásquez	Empresa dedicada a la fabricación de botones, ojaletes y remaches metálicos	<ul style="list-style-type: none"> • Pago en efectivo • Elaboración de botones sobre pedido (forrados)
Fahilos	Empresa líder en Colombia en la producción de cintas textiles	<ul style="list-style-type: none"> • Alta calidad • Muchos distribuidores
Antioqueña de Máquinas	Empresa distribuidora de maquinaria para la confección	<ul style="list-style-type: none"> • Buenos precios • Entrega inmediata • Pago en efectivo

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

COLOMBIA

- Nueve Lunas - Javitex S.A.

Ropa materna en líneas casual, informal, deportiva y pijamas
Teléfonos (574)2621660 - (574) 2620080
Dirección: Cl 34 #45-07 Piso 3 Medellín
<http://www.nuevelunas.com.co>

- **Benine Moda Prenatal - Sphera Ltda**
Ropa materna casual y ejecutiva
Diana Marcela Mejía
Teléfono: 4144255
Dirección: Circular 75 # 39 B 35 Apto 302
<http://www.benineprenatal.com>
- **Dos amores**
Calle 5 norte # 17-42 Edificio San Fernando
Armenia, Quindío, COLOMBIA
Línea nacional gratuita: 01 8000 51 83 99
contacto@2amores.com
<http://www.2amores.com>

ESTADOS UNIDOS

- **MotherHood Maternity**
Destination Maternity Corporation
456 North 5th Street
Philadelphia, PA 19123
(215) 873-2200
<http://www.motherhood.com>
- **Due Maternity**
5 Argonaut
Aliso Viejo, CA 92656
866-746-7383
<http://www.duematernity.com>
- **Gap Maternity**
San Francisco
2 Folsom St.
San Francisco, CA 94105
650-952-4400
<http://www.gap.com>

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

Las variables estudiadas en las empresas de la competencia fueron:

- Líneas de productos
- Canales de distribución
- Debilidades y Fortalezas
- Rango de precios
- Imagen corporativa

- Diseños ofrecidos

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor




La competencia fue investigada a través de Internet y de visitas a los almacenes

c) Aplicación de la Medios

Se buscó la información de la competencia en los Estados Unidos a través de Internet y para los clientes locales por medio de visita a los almacenes y por Internet

d) Resultados del Estudio de la Competencia

COLOMBIA

EMPRESA	CONTACTO	PRODUCTOS	FORTALEZAS / DEBILIDADES
	<p>Javitex S.A. Teléfonos (574)2621660 (574) 2620080 Dirección: Cl 34 #45-07 Piso 3 - Medellín http://www.nuevelunas.com.co</p>	<p>Ropa materna en líneas casual, informal, deportiva y pijamas</p> <p>RANGO DE PRECIOS \$38.000 – \$89.000</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Poseen puntos de venta en centros comerciales • Amplia experiencia en el mercado nacional • No ofrece ropa de descanso ni pijamas • Están iniciando exportaciones hacia México • Se maneja desde la residencia de la propietaria
	<p>Diana Marcela Mejía Teléfono: 4144255 Dirección: Circ 75 # 39 B - 35 Apto 302 http://www.benineprenatal.com</p>	<p>Moda Prenatal en las líneas: Benine Casual y Benine ejecutivo</p> <p>RANGO DE PRECIOS - Blusas desde \$64.000 – \$90.000 - Jeans desde \$110.000 - \$150.000</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dividen sus colecciones por clima • No ofrecen ropa para lactancia • Ventas 100% online • Venden accesorios para bebés
	<p>Dos amores Calle 5 norte # 17-42 Edificio San Fernando Armenia, Quindío, COLOMBIA Linea nacional gratuita: 01 8000 51 83 99 contacto@2amores.com</p>	<p>Ropa para Maternidad, ofrecen ropa casual, informal, vestidos para ocasiones especiales, pijamas y ropa para ejercicio</p> <p>RANGO DE PRECIOS - Blusas desde \$43.500 - Vestidos desde \$78.000 - Pantalones desde \$90.000 - Pijamas desde</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dividen sus colecciones por clima • No ofrecen ropa para lactancia • Ventas 100% online • Venden accesorios para bebés

\$65.000

ESTADOS UNIDOS

EMPRESA	CONTACTO	PRODUCTOS	FORTALEZAS / DEBILIDADES
	<p>Due Maternity 5 Argonaut Aliso Viejo, CA 92656 866-746-7383 http://www.duematernity.com</p>	<p>Ropa para maternidad Tops, pantalones, lingerie, active wear, sleepwear, nursing wear, fajas para después del embarazo RANGO DE PRECIOS - Pijamas desde \$48.00 hasta \$106.000 - Vestidos desde \$69.000 hasta \$128.000 - Pantalones desde \$48.00 hasta \$178.00 - Blusas desde \$28.00 hasta \$79.000</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ventas online • Amplia línea para lactancia (nursing) • Venden pañaleras • Venden productos de miel de abejas para el cuidado de la piel • También ofrecen ropa para bebés
	<p>MotherHood Maternity Destination Maternity Corporation 456 North 5th Street Philadelphia, PA 19123 (215) 873-2200 http://www.motherhood.com</p>	<p>Ropa de maternidad Tops, pantalones, swim, sleep, active, nursing, salud y belleza RANGO DE PRECIOS • Camisetas desde \$8.98 • Chaquetas desde \$39.98 • Vestidos para ocasiones especiales desde \$29.98</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecen además de la ropa productos de belleza • Ofrecen tallas grandes (plus) • Gran variedad en diseños • También venden chaquetas (outerwear)
	<p>Gap Maternity San Francisco 2 Folsom St. San Francisco, CA 94105 650-952-4400</p>	<p>Ropa para la maternidad ropa interior, vestidos de baño, ropa para ejercicio, lactancia RANGO DE PRECIOS - Blusas desde \$29.95 - Pijamas desde \$24.95 (prendas separadas) - Pantalones desde \$54.95</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Su ropa de lactancia es muy básica y en su mayoría ropa interior • Tiendas propias y ventas online • Envíos internacionales a 80 países • Marca con reconocimiento internacional

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución

La forma de distribución será a través de terceros

Se tendrán inicialmente 3 vendedores que harán correrías a nivel nacional. Algunos de los posibles clientes distribuidores son:

COLOMBIA

ANTIOQUIA

- Luz Adriana – Medellín

CHOCÓ

- Libia Rentería – Quibdó

MAGDALENA

- Yomaira Pertuz – Santa Marta

CESAR

- Keyla Roso - Valledupar

NARIÑO

- Sonia Cabezas – Ipiales

Para la distribución en el mercado Internacional se aprovecharán las misiones exportadoras que realiza Proexport y la Cámara de comercio.

ESTADOS UNIDOS

NYC

- **Mimi Maternity**
360 Madison Ave. near 45th St., 212-697-0482
1125 Madison Ave. at 84th St., 212-737-3784
1021 Third Ave. near 61st St., 212-832-2667

OKLAHOMA

- **All Things Maternity – Jane Martin**
1525 S Main, Broken Arrow, OK
918-251-1333
jeane-martin@allthingsmaternity.net

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

a) Defina las variables que se estudiaron del mercado Distribuidor

Las variables estudiadas en los posibles distribuidores a nivel nacional fueron:

- Frecuencia de compra
- Cantidades mínimas de pedido
- Condiciones de pago
- Comisiones
- Experiencia

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado distribuidor

Por medio de un vendedor experimentado en la venta de ropa a nivel nacional pudimos establecer un listado de posibles clientes para el negocio, son almacenes que el atiende en cada correría y que estarían a cargo de la distribución del producto al consumidor final. Este vendedor será seleccionado como parte de nuestro equipo de trabajo.

c) Aplicación de la Medios

Medio: Entrevista personal
 Entrevistado: Guillermo López
 Ocupación: Vendedor
 Experiencia: 20 años

d) Resultados del Estudio del mercado Distribuidor

COLOMBIA

NOMBRE	FORMA DE PAGO	VOLÚMEN DE PEDIDO (MES)
Luz Adriana Valencia Medellín	Contado	80 – 100
Libia Rentería Chocó	1 Mes	50 – 80 unidades
Yomaira Pertuz Santa Marta	1 mes	40 – 60 unidades
Keyla Roso Valledupar	1 mes	50 – 70 unidades
Sonia Cabezas Ipiales	Contado	60 – 80 unidades

ESTADOS UNIDOS

NOMBRE	INF. CONTACTO
Mimi Maternity NYC	360 Madison Ave.near 45th St., 212-697-0482 1125 Madison Ave. at 84th St., 212-737-3784 1021 Third Ave. near 61st St., 212-832-2667 NYC
All Things Maternity OKLAHOMA	Jane Martin 1525 S Main, Broken Arrow, OK 918-251-1333 jeane-martin@allthingsmaternity.net
A Pea in the Pod	9700 Collins Avenue Bal Harbour, FL. (305) 866-7044 www.apeainthepod.com

4.6.3 Distribución Directa (En caso de ser aplicable)

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

Ver punto 4.6.1

b) Fuerza de ventas

Ver punto 4.6.1

4.6.4 Manejo de Inventarios

Con el fin de no perder el costo de oportunidad del efectivo, obtener el máximo rendimiento sobre la inversión y satisfacer las necesidades del mercado reduciendo los faltantes a la hora de recibir un pedido, se mantendrá un nivel de inventarios que oscile entre un 30% y un 35% de las cantidades estimadas de ventas según la proyección de la demanda para el período o colección manejada en el momento, por medio de un modelo de **reaprovisionamiento continuo** en el cual se hace recompra de materias primas y se producen unidades para bodegaje conforme a la demanda, además con estos niveles podremos aprovechar precios mejorados en la adquisición de materias primas e insumos, reduciendo la inversión. Se planea aprovechar al máximo el financiamiento (créditos y plazos de pago a proveedores) para asignar el mínimo posible de capital de la empresa a dichos inventarios.

4.6.5 Comunicación

NOMBRE DE LA EMPRESA

The logo for Grupo Vinilo features the word "GRUPO" in a vertical, sans-serif font on the left, and "Vinilo" in a large, stylized, black gothic script font on the right.

NOMBRE COMERCIAL DE LA MARCA

The commercial brand logo consists of a stylized, black gothic script "V" followed by a registered trademark symbol (®).

4.6.6 Actividades de promoción y divulgación

Evento de lanzamiento: La idea es presentar nuestra empresa en sociedad por medio de un desfile con invitados estratégicos y que genere free press para dar a conocer nuestra marca en medios masivos.

Participación en programas de variedades y empresariales: Conseguir presentarnos en programas locales en los que es posible darnos a conocer a un público específico, con estos genera voz a voz sobre nuestra marca.

Medios Impresos:

- Catálogo: Para tener una vitrina que muestre a nuestros clientes las nuevas colecciones
- Tarjetas de presentación: Son de gran importancia para la relación con los clientes y que tengan nuestros datos de contacto
- Papelería con la imagen corporativa: Para comunicarnos asertivamente con los clientes distribuidores con la imagen corporativa para facilitar el posicionamiento

Medios Online:

- Página web: Es una “sucursal virtual” la idea es tener un catálogo de nuestros productos e incorporar en ella la posibilidad de realizar compras online para distribuidores. También la información de nuestra empresa, políticas comerciales, formas de pago y contacto.
- Anuncios Facebook: Para posicionar nuestra marca y generar tráfico en nuestra página web
- Campaña en redes sociales
- Concurso en redes sociales para dar a conocer nuestra marca

Inversión estimada: \$6'600.000

4.7 Precios de los Productos

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

- Costos de nuestros productos
- Margen de utilidad
- Costos de comercialización

4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

REFERENCIA	PRECIO DE VENTA	COSTOS DIRECTOS
SL 011	\$ 21,900	\$ 9,018.64
SM 012	\$ 23,900	\$ 10,510
ML 015	\$ 26,900	\$ 15,202.48

4.7.3 Los Precios de los Productos propuestos

	VALOR FCA (free carrier)		VALOR EXW (exwork)	
	300 UND	600 UND	300 UND	600 UND
Unidades	300 UND	600 UND	300 UND	600 UND
Vr ventas	\$ 7,269,900	\$ 14,539,800	\$ 7,269,900	\$ 14,539,800
Transporte interno y seguro	\$ 1,860,980	\$ 1,900,352	0	0
Trámites	\$ 1,200,000	\$ 1,500,000	0	0
Agenciamiento aduanero	\$ 1,500,000	\$ 2,058,300	0	0
TOTAL	\$11,830,880.00	\$19,998,452.00	\$7,269,900.00	\$14,539,800.00

4.7.4 Política de Precios

- Descuentos por pronto pago

6% por pago de contado

4% pago a 1 mes

- **Promociones**
15% de descuento en los saldos de la colección anterior
- **Comisiones**
Comisión sobre las ventas del 3%

4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

Gastos	Mensual
Salarios	\$ 2,100,000
Prestaciones	\$ 1,224,901
Papelería	\$ 42,000
Transporte	\$ 250,000
TOTAL	\$3,616,901.00

TOTAL PERIODO (1 AÑO): \$ 43,402,812

4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado

RIESGOS

- Que el producto no tenga aceptación en el mercado
- Que la competencia se apropie de la idea de negocio
- Que el margen de utilidad no sea el adecuado para cubrir todos los gastos de comercialización y financiación

OPORTUNIDADES

- Que el producto sea aceptado en el mercado
- Que los ingresos sean adecuados
- Que sea un negocio de interés para inversionistas
- Que puedan incluirse nuevas líneas de producto afines a nuestro negocio
- Que puedan hacerse alianzas estratégicas con empresas que fabriquen productos complementarios

4.10 Plan de ventas

PLAN DE VENTAS MENSUAL (unidades)												
Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Venta en UNIDADES	1,666	1,666	1,666	1,666	1,667	1,667	1,667	1,667	1,667	1,667	1,667	1,667
VALOR VENTA	40,372,178	40,372,178	40,372,178	40,372,178	40,396,411	40,396,411	40,396,411	40,396,411	40,396,411	40,396,411	40,396,411	40,396,411
RESUMEN ANUAL												
Venta en UNIDADES	20,000											
Venta total	\$484,660,000											
Costo total	\$278,399,200											
Margen total	57.44%											
	42.56%											

- Valores aproximados
- Costos y precio de venta basado en los valores promedio de los productos de la empresa

- Proyección basada en la venta de 20,000 unidades en el período (1 año)

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de producción

Objetivos a corto plazo

- Producir 20.000 unidades en el primer año.
- Aprovechar al máximo los desperdicios
- Tener un adecuado aprovechamiento de la maquinaria
- Optimizar la relación con los proveedores
- Elaborar prendas con estándares de calidad para la satisfacción del cliente
- Aumentar la eficiencia de la producción en un 20% para el segundo semestre del primer año.
- Reducir los costos de operación.
- Implementar un sistema óptimo de recepción y despacho de pedidos.
- Realizar la producción en serie por lotes de producto

Objetivos a mediano plazo

- Minimizar los reprocesos en la producción
- Tener un crecimiento en la producción acorde con el crecimiento en ventas
- Mejorar la calidad

Objetivos a largo plazo

- Obtener la certificación de calidad en los procesos (ICONTEC ISO 9001)
- Ser una marca reconocida en el mercado por sus diseños y calidad
- Adquirir nueva maquinaria de última tecnología

5.2 Descripción del proceso de producción

OPERACIÓN	RESULTADO	RECURSO
1. Diseño	Diseños para las colecciones	- Diseñador/a - Computador - Programa de diseño
2. Patronaje	Moldería para muestras (básico) Escalas (tallas) Trazo para corte	- Diseñador/a - Computador - Programa de moldería (Gerber)
4. Corte	Corte para producción	- Cortador - Máquina de corte - Mesa de corte - Papel de corte - Trazo en plotter
5. Confección	Prenda terminada	- Operarias - Máquinas (plana, fileteadora, recubridora) - Lote cortado - Marquillas
6. Terminación	Prenda pulida	- Operaria - Pulidoras

7. Empaque	Prenda lista para comercialización	<ul style="list-style-type: none"> - Plancha - Operaria - Etiquetas - Plastiflechas - Bolsa - Cajas
------------	------------------------------------	---

5.3 Capacidad de producción

Número de operarias en máquinas	4
Capacidad al 100%	1.920 min diarios
Capacidad real (65%)	1.560 min diarios
Tiempo promedio x prenda	10 min
Capacidad x período (1 año)	44.928 prendas

5.4 Plan de Producción

Producción de unidades trimestrales en un período de 1 año basados en el promedio de los escenarios optimista medio y pesimista

	Trim 1	Trim 2	Trim 3	Trim 4
SL 011	1668	1668	1668	1668
SM 012	1667	1667	1667	1667
ML 015	1665	1665	1665	1665
TOTAL	5000	5000	5000	5000

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 Locaciones

Inicialmente la empresa estará ubicada en una parte de la vivienda propia adecuada especialmente para ello. Será usado un piso completo (70 mts²) en donde se ubicarán, un escritorio, la estación de diseño, de corte, de confección y de terminación, además de 1 pequeña bodega para almacenamiento de material e inventario.

Se harán conexiones especiales de potencia para la maquinaria y de iluminación, la estación de diseño debe contar con mínimo 2 computadores (administración y diseño) con los programas adecuados para el desarrollo de las actividades pertinentes; una mesa de corte de mínimo 1,80 x 2,40 mts máquina cortadora, tijeras, reglas y papel para corte; 1 mesa auxiliar para moldería y corte manual, 1 mesa para terminación, 1 mesa para planchado y en la estación de confección 1 máquina plana, 1 recubridora, 2 fileteadoras, 1 sublimadora, 1 máquina para plastiflecha y 1 etiquetadora para marcar corte

5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

CANT	PRODUCTO	USO	PRECIO
1	Máquinas planas	Armado de prendas	\$ 900,000
1	Máquina recubridora	Especial para tejido de punto	\$ 3,000,000

2	Máquinas fileteadoras	Cerrar prendas	\$ 4,000,000
1	Máquina cortadora	Corte de lotes	\$ 800,000
1	Maquina etiquetadora	Tiquetear lotes de corte	\$ 129,000
1	Máquina plastiflecha	Pegado de etiquetas	\$ 60,000
1	Sublimadora	Estampación – sublimación	\$ 1,000,000
		TOTAL	\$9,889,000.00

Auxiliares: Mesa de cortar de mínimo 1,80 x 2.40 metros, 1 mesa para corte manual; 1 mesa para terminación, 1 mesa para planchado, 1 bodega de 5 x 6 metros para almacenamiento, estantería de 1,80 x 2 mts, 2 ventiladores aéreos, tijeras, reglas, papel de moldería, maquina cortadora, cajonera.

CANT	PRODUCTO	USO	PRECIO
1	Mesa de corte	Corte de lotes para confección	\$ 400,000
1	Mesa de planchado	Terminación	\$ 50,000
2	Ventilador de techo	Adecuación	\$ 140,000
1	Estantería	Almacenamiento	\$ 300,000
2	Tijeras fiskars	Corte de tela	\$ 120,000
6	Tijeras de tela sencillas	Para cada estación	\$ 28,200
8	Pulidoras	Para cada estación	\$ 2,400
2	Reglas	Corte	\$ 20,000
2	Cajoneras plásticas	Almacenamiento de hilos e insumos	\$ 200,000
2	Tijeras de papel	Corte	\$ 8,000
		TOTAL	\$1,268,600.00

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

ARTÍCULO	PROVEEDOR	PRECIO
Tela doble punto - Ref. Danesa (Colores claros)	Textiles Portofino	\$4.390 + IVA
Tela doble punto - Ref. Danesa (Colores medios)	Textiles Portofino	\$ 5.190 + IVA
Tela doble punto - Ref. Danesa (Colores oscuros)	Textiles Portifino	\$ 5.390 + IVA
Tela doble punto - Ref. Tobago Estampado (diseños variados)	Textiles Portofino	\$ 5190 + IVA
Cinta Raso 24mm (Adorno)	Fahilos	\$ 210 + IVA mt
Plástico Crochet 40 mm (resorte)	Industria Sedal S.A	\$ 18.800 (50mts)
Plástico Crochet 30 mm (resorte)	Industria Sedal S.A	\$ 13.800 (50mts)
Marquilla talla	Finotex	\$ 28
Marquilla lavado	Finotex	\$ 34

5.5.4 Requerimientos de servicios.

SERVICIO	DESCRIPCION	PROVEEDOR	PRECIO
Servicios Públicos	Luz, Agua	Empresas Públicas de Medellín	\$ 400.000
Comunicaciones	Internet, Teléfono	UNE Comunicaciones S.A	\$ 100.000
Diseño	Diseño de colecciones, patronaje y escalado	Diseñador/a	\$ 500,000
Impresión gran formato	Estampados – sublimación	Sublimoda S.A.	\$1.5 x cm ²

5.5.5 Requerimientos de personal.

CARGO: Jefe de producción	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar métodos adecuados de trabajo para optimizar la producción. • Generar ideas que aporten al manejo óptimo de la producción. • Supervisar el departamento de producción y manejar adecuadamente los tiempos. • Presentar informes y balances de producción (empleados, rendimiento productivo y de insumos). 	PERFIL <ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Conocimiento sobre procesos productivos • Manejo y control de tiempos • Conocer sobre métodos de organización del proceso de producción • Conocimientos en control de calidad • Habilidades para manejo de personal • Buenas relaciones personales • Respeto • Responsabilidad
ESTUDIOS: Corte, confección, control de calidad y afines	
EXPERIENCIA MINIMA: 2 años como jefe de producción	
SALARIO: \$650.000 + prestaciones legales	

CARGO: Confeccionista	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Autocontrol de calidad en las operaciones • Velar por la optimización de los recursos (insumos, materia prima, etc) • Realizar las entregas en los tiempos establecidos • Encargarse de los procesos establecidos para la máquina a su cargo (recubridora – fileteadora – etc) • En lo posible saber manejar operaciones en varias máquinas • Deben rendir informe al Jefe del Departamento. 	PERFIL <ul style="list-style-type: none"> • Buena disposición para el trabajo • Tener disponibilidad de tiempos por eventuales cambios de horario • Tener conocimientos sobre procesos de confección • Saber manejar operaciones en al menos dos máquinas • Capacidad de trabajo en equipo • Buenas relaciones personales • Respeto • Responsabilidad
ESTUDIOS: Confección y manejo de máquinas industriales	
EXPERIENCIA MINIMA: 1 año	
SALARIO: SMLV + Prestaciones legales	

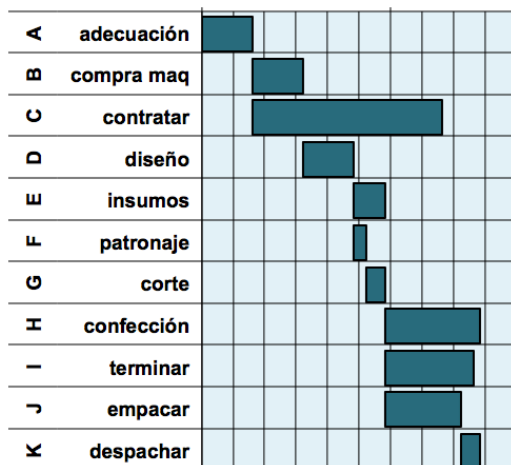
CARGO: Jefe de corte	
FUNCIONES:	PERFIL
<ul style="list-style-type: none"> • Planear el corte de la producción según los requerimientos • Presentar informes de consumo de tela • Controlar el corte según las referencias de producto y tela • Solicitar a diseño los trazos (moldería) necesarios para el corte acordes con los anchos de las telas • Entregar los lotes de corte completos al departamento de confección • Verificar según las muestras que los cortes estén correctos 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer a fondo el proceso de corte industrial de prendas • Trabajo en equipo • Conocimiento del manejo de fibras textiles • Nociones básicas de confección • Buenas relaciones personales • Respeto • Responsabilidad
ESTUDIOS: Corte manual e industrial	
EXPERIENCIA MINIMA: 1 año	
SALARIO: 650.000 + prestaciones	

CARGO: Auxiliar de corte	
FUNCIONES:	PERFIL
<ul style="list-style-type: none"> • Ser la mano derecha del jefe de corte • Extender telas • Separar lotes • Tiquetear lotes para producción 	<ul style="list-style-type: none"> • Buena disposición para recibir órdenes de trabajo • Capacidad de trabajo en equipo • Buenas relaciones personales • Respeto • Responsabilidad
ESTUDIOS: Corte manual e industrial	
EXPERIENCIA MINIMA: 1 año	
SALARIO: SMLV + prestaciones	

5.6 Programa de producción

- A. Adecuaciones locativas
- B. Compra de maquinaria
- C. Contratación de personal
- D. Contratación de prestación de servicios (DISEÑO)
- E. Manejo de proveedores (COMPRA DE INSUMOS)
- F. Patronaje y escalado
- G. Corte
- H. Confección
- I. Terminación
- J. Empaque
- K. Despacho de pedidos

Diagrama por semanas



6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

ÁREA ADMINISTRATIVA

Planea, organiza, regula y controla todas las áreas de la empresa, está conformada por el gerente o coordinador general, apoyado en el servicio de secretariado que será subcontratado

ÁREA FINANCIERA Y CONTABLE

Control de inventarios, costos, registros, balances y estadísticas empresariales.

ÁREA DE PRODUCCIÓN

Su función principal es la del procesamiento de los insumos para crear el producto terminado, en nuestro caso las prendas listas para ser comercializadas.

ÁREA DE DISEÑO

Es la encargada de crear las colecciones, diseñar cada prenda, escoger sus insumos y realizar el patronaje

ÁREA DE VENTAS

Lleva a cabo la labor de comercialización de los productos a nivel nacional.

ÁREA DE COMERCIO EXTERIOR.

Es el área encargada de comercializar los productos en el exterior, contactando y negociación con el cliente.

PROCESOS ADMINISTRATIVOS

PROCESO

DESCRIPCIÓN

RESPONSABLE: Gerente General

PLANEAR

- Establecer los objetivos y metas de la empresa
- Asignar metas específicas para cada área de la empresa
- Establecer los medios y estrategias para alcanzar las metas y objetivos
- Estipular los tiempos en que se esperan cumplir estas metas
- Definir los criterios para la fase de control
- Comunicar la planeación a los empleados y colaboradores para lograr un trabajo en equipo con el mismo direccionamiento.

RESPONSABLES: Gerente General, Jefe de Producción, Ventas y Comercio Exterior

ORGANIZAR

- Definir las funciones de cada área de la organización
- Distribuir y coordinar el trabajo en el área a su cargo
- Velar por lograr la máxima eficiencia en cada área según los objetivos planteados

RESPONSABLES: Área administrativa, Área de producción, Ventas y Comercio Exterior

EJECUTAR

- Llevar a cabo las actividades pertinentes para lograr los objetivos (administrativos y productivos)

- Dirigir la puesta en marcha de las actividades de la empresa (gerente y jefe de producción)
- Motivar a los empleados del área a su cargo para alcanzar las metas propuestas
- Establecer un ambiente adecuado para que los empleados hagan su mejor esfuerzo en las actividades asignadas.

RESPONSABLES: Gerente general, jefe de producción, Ventas y Comercio Exterior

CONTROLAR

- Vigilar que las actividades se realicen como se han planeado
- Establecer normas y pautas para el adecuado control
- Comparar el desempeño real con el esperado para establecer la efectividad de las actividades (medir resultados)
- Tomar acción en corregir errores en la puesta en marcha de las actividades

6.1.2 Procesos administrativos externalizados

SERVICIO	DESCRIPCIÓN	VALOR (mes)
Contabilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar los Estados Financieros mensuales y anuales - Declaraciones de impuestos mensuales - Manejo de libros contables - Asesoría y acompañamiento en el pago de las obligaciones fiscales - Soportes para las entidades de control y vigilancia - Responder oportunamente a la DIAN por la vigencia de la autorización de la facturación. - Informes financieros - Revisar y registrar la información de inventario. - Llevar el control de las cuentas por pagar y anticipos. - Registrar la información relacionada con activos fijos - Revisión mensual de la nómina, pagos de aportes (Salud, Pensión , ARP y Cajas de Compensación) - Elaboración y control de los certificados contables <hr/> <ul style="list-style-type: none"> - Llamadas para cobro de cartera - Atención telefónica al cliente - Contestar la línea telefónica, pasar comunicaciones y anotar recados. 	\$ 600.000 (mes)

Secretariado virtual
(Centro de negocios Offisa)



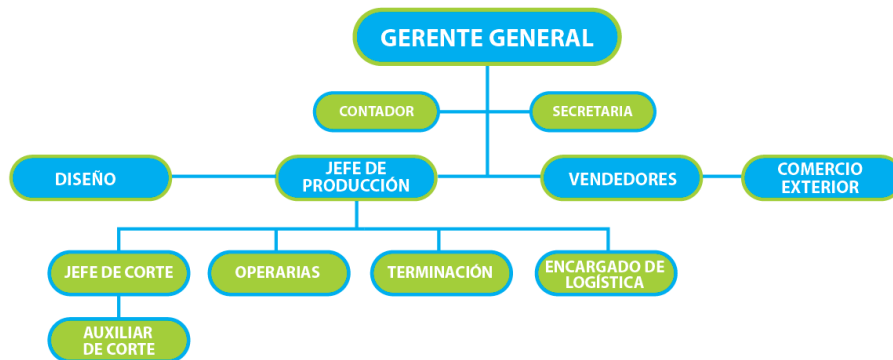
Para mayor información
visitar: www.offisa.net

- Comunicar telefónicamente.
- Dar por teléfono recados rutinarios o especiales.
- Concertar citas
- Manejar el archivo
- Llevar control y archivo de papelería importante
- Manejar y mantener al día agendas, directorios, tarjeteros, etc.

\$ 500.000 (mes)

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama



6.2.2 Descripción funcional de la Organización

CARGO: Gerente general	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Manejar los presupuestos • Formular, evaluar y liderar proyectos • Planear, organizar, ejecutar y controlar actividades que conlleven a la consecución de las metas y objetivos propuestos. • Dirigir las actividades de la empresa. • Autorizar contrataciones o liquidaciones de contratos de trabajo. • Facilitar relaciones con otras empresas 	PERFIL <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de liderazgo • Capacidad de trabajo en equipo • Buenas relaciones personales • Respeto • Responsabilidad • Actitud positiva • Habilidades de negociación. • Ser proactivo • Formación en administración, mercadeo, producción y finanzas
ESTUDIOS: Administrativos, comercio exterior y afines	
SALARIO: \$1'200.000 + prestaciones legales	

ÁREA ADMINISTRATIVA

CARGO: Director de Comercio Exterior	
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Investigar, promocionar e identificar oportunidades de mercado en el exterior. • Negociación y gestión del mercado • Manejo de contactos con bancos, aduanas, transportadoras, entidades de promoción • Elaboración de oferta, confirmación de pedido, programación de la producción. • Evaluar la participación en ferias, exposiciones y ruedas de negocios • Selección y contratación de agentes comerciales, distribuidores. • Preparación de los contratos. • Gestión ante las entidades financieras. • Responsabilidad en las comunicaciones con los clientes, representantes. • Control de toda la cadena de distribución física de la mercancía • Organizar los archivos. • Seguimiento de todo proceso de exportación. 	PERFIL <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de liderazgo • Capacidad de trabajo en equipo • Buenas relaciones personales • Respeto • Responsabilidad • Actitud positiva • Habilidades de negociación. • Ser proactivo • Formación en administración, mercadeo, producción y finanzas
ESTUDIOS: Administrativos, comercio exterior	
SALARIO: En principio esta función será desempeñada por el Gerente General	

* CONTADOR Y SECRETARIA SON SERVICIOS EXTERNOS

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

Inicialmente la empresa estará ubicada en una parte de la vivienda propia adecuada especialmente para ello. Será usado un piso completo (70 mts²) en donde se ubicarán, un escritorio para gerencia, la estación de diseño, estación de corte, estación de confección y de terminación, además de 1 pequeña bodega para almacenamiento de material e inventario y se harán conexiones especiales de potencia para la maquinaria y de iluminación.

6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

- 1 Computador
- Papelería
- Una impresora
- Un teléfono celular
- Un teléfono fijo
- Escritorio
- Silla

Estos equipos son aportados por el fundador de la empresa valor estimado \$3'000.000

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

CANTIDAD	ARTÍCULO
1	Resma de papel
1	Grapadora
1	Caja de clips
1	Sello

6.3.4 Requerimientos de servicios.

Ver punto 6.1.2

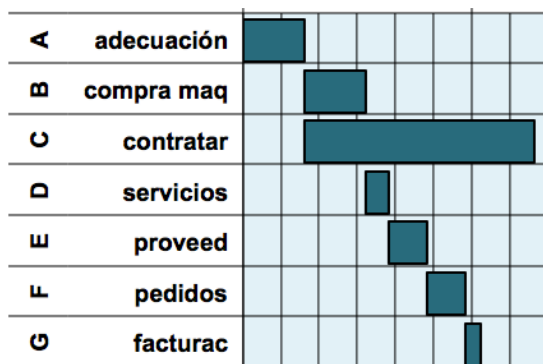
6.3.5 Requerimientos de personal

Ver punto 6.2.2

6.4 Programa de administración

- A. Adecuaciones locativas
- B. Compra de maquinaria
- C. Contratación de personal
- D. Contratación de prestación de servicios
- E. Manejo de proveedores
- F. Pedidos
- G. Facturación

Diagrama por semanas



7. ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial Sociedad por acciones simplificadas - S.A.S.

Ventajas:

- Es creada mediante documento privado en Notaría en lugar de hacerse con escritura pública que implica mayores trámites y valor.
- Puede funcionar con uno o más accionistas
- La asamblea y la junta directiva puede estar conformada por un solo miembro
- Pueden constituirse con cualquier monto de capital y tener cualquier número de empleados
- La duración puede ser definida o indefinida
- No están obligadas a especificar el objeto social. Por lo cual puede realizarse cualquier actividad lícita
- No es exigido por la ley tener todos los órganos administrativos, sólo tener un representante legal que puede ser su único accionista
- No requieren de revisor fiscal
- Los accionistas son anónimos y no aparecen en el registro mercantil

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

REGISTRO	ENTIDAD GESTORA	COSTO
Carta de intención	Contador	\$ 0
Certificado de homonimia	Cámara de Comercio	\$ 7,500
Escritura pública	Notaría	\$ 4,000
Cámara de comercio	Cámara de Comercio	\$ 3,000
Registro mercantil	Cámara de Comercio	\$ 61,000
Certificado de existencia y representación legal	Cámara de Comercio	\$ 1,600
RUT	DIAN	\$ 0
NIT	DIAN	\$ 0
Industria y comercio	Alcaldía	\$ 0
Avisos y tableros	Alcaldía	\$ 0
Certificado de bomberos	Bomberos	\$ 0
Aporte parafiscales	Caja de compensación familiar	\$ 0
Formulario de salud	EPS	\$ 0
Afiliación a la ARP	Aseguradora	\$ 0
Registro de marca	Superintendencia de Industria y Comercio	\$ 639,000
TOTAL		\$713,103.000

8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

- Equipos informáticos y de comunicaciones por valor de 3'000.000
- Inyección de Capital: \$30'000.000

8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios

Préstamo: Bancolombia

Monto del préstamo: \$ **82,236,834**

Interés efectivo mensual: 1.48%

Plazo: 60 meses

Año	Cuota Préstamo	Intereses	Capital	Saldo
0				\$ 82,236,834
1	\$ 24,930,638	\$ 13,721,898	\$ 11,208,740	\$ 71,028,094
2	\$ 24,930,638	\$ 11,560,919	\$ 13,369,719	\$ 57,658,375
3	\$ 24,930,638	\$ 8,983,315	\$ 15,947,323	\$ 41,711,053
4	\$ 24,930,638	\$ 5,908,764	\$ 19,021,873	\$ 22,689,179
5	\$ 24,930,638	\$ 2,241,458	\$ 22,689,179	\$ 0

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

	Trim 1	Trim 2	Trim 3	Trim 4
SL 011	\$ 36,529,200	\$ 36,529,200	\$ 36,529,200	\$ 36,529,200
SM 012	\$ 39,793,500	\$ 39,793,500	\$ 39,793,500	\$ 39,793,500
ML 015	\$ 44,788,500	\$ 44,788,500	\$ 44,788,500	\$ 44,788,500
TOTAL	\$121,111,200.00	\$121,111,200.00	\$121,111,200.00	\$121,111,200.00

Total de ingreso por período (1 año): \$ 484,444,800

8.2.1.2 Otros Ingresos

N/A

8.2.2 Egresos

8.2.2.1 Inversiones

Inversiones	Exigibles	Disponibles
Activos Fijos	\$ 74,157,600	\$ 63,000,000
Gastos pre - operativos	\$ 8,313,103	\$ 0
Capital de trabajo	\$ 92,766,131	\$ 30,000,000
TOTAL	\$168,636,834.00	\$93,000,000.00

8.2.2.2 Costos

Costos Fijos	Mensual
Costos fijos de producción	\$ 7,340,793
Gastos fijos de administración	\$ 2,832,299
Gastos fijos de comercialización	\$ 3,616,901
Depreciación	\$ 740,436
TOTAL	\$14,530,429.00

Costos Variables por producto	Mensual
SL 011	\$ 5,014,363
SM 012	\$ 5,833,050
ML 015	\$8,437,376
TOTAL	\$19,284,789.00

TOTAL POR PERIODO (1 AÑO):

COSTOS	1 Año
Total Costos fijos	\$ 174,365,148
Total Costos variables	\$ 231,417,468
TOTAL	\$405,782,616.00

8.2.2.3 Gastos

Gastos Administrativos y legales

Gastos	Mensual
Salarios	\$ 1,200,000
Prestaciones	\$ 622,266
Gastos de representación	\$ 80,000
Papelería	\$ 50,000
Mantenimiento equipos de oficina	\$ 8,333
Seguros	\$ 125,000
Varios	\$ 80,000
Contador	\$ 566,700
Telefonía celular	\$ 100,000
TOTAL	\$2,832,299.00

TOTAL POR PERIODO (1 AÑO): \$ 33,987,588

Gastos Distribución y Ventas

Gastos	Mensual
Salarios	\$ 2,100,000
Prestaciones	\$ 1,224,901
Papelería	\$ 42,000
Transporte	\$ 250,000
TOTAL	\$3,616,901.00

TOTAL PERIODO (1 AÑO): \$ 43,402,812

Gastos Amortización de diferidos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Adecuaciones locativas	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 200,000
Gastos de registro	\$ 142,621	\$ 142,621	\$ 142,621	\$ 142,621	\$ 142,621
TOTAL	\$342,621.00	\$342,621.00	\$342,621.00	\$342,621.00	\$342,621.00

8.2.2.4 Gastos Financieros

Año	Intereses bancarios
1	\$ 13,721,898
2	\$ 11,560,919
3	\$ 8,983,315
4	\$ 5,908,764
5	\$ 2,241,458
TOTAL	\$42,416,354.00

8.3 Estados Financieros Proyectados

8.3.1 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
	-\$ 93,000,000	\$ 3,453,622	\$ 3,449,420	\$ 3,445,155	\$ 3,440,827	\$ 3,436,435	\$ 3,431,979
		Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
		\$ 3,427,456	\$ 3,422,866	\$ 3,418,209	\$ 3,413,482	\$ 3,408,686	\$ 169,755,413

8.3.2 Estado de Perdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

ESTADO DE RESULTADOS -CIFRAS MENSUALES

CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por concepto de Ventas	40,363,100	40,363,100	40,363,100	40,363,100	40,363,100	40,363,100	40,363,100	40,363,100	40,363,100	40,363,100	40,363,100	40,363,100
- Costo Variables	19,281,784	19,281,784	19,281,784	19,281,784	19,281,784	19,281,784	19,281,784	19,281,784	19,281,784	19,281,784	19,281,784	19,281,784
- Costos Fijos Producción	7,340,793	7,340,793	7,340,793	7,340,793	7,340,793	7,340,793	7,340,793	7,340,793	7,340,793	7,340,793	7,340,793	7,340,793
- Gastos Depreciación	436,885	436,885	436,885	436,885	436,885	436,885	436,885	436,885	436,885	436,885	436,885	436,885
= Utilidad Bruta en Ventas	13,303,638	13,303,638	13,303,638	13,303,638	13,303,638	13,303,638	13,303,638	13,303,638	13,303,638	13,303,638	13,303,638	13,303,638
- Costos fijos de Administración	2,832,299	2,832,299	2,832,299	2,832,299	2,832,299	2,832,299	2,832,299	2,832,299	2,832,299	2,832,299	2,832,299	2,832,299
- Costos Fijos de Ventas y Distribución	3,616,901	3,616,901	3,616,901	3,616,901	3,616,901	3,616,901	3,616,901	3,616,901	3,616,901	3,616,901	3,616,901	3,616,901
- Amortización de diferidos	303,552	303,552	303,552	303,552	303,552	303,552	303,552	303,552	303,552	303,552	303,552	303,552
= Utilidad Operativa	6,550,886	6,550,886	6,550,886	6,550,886	6,550,886	6,550,886	6,550,886	6,550,886	6,550,886	6,550,886	6,550,886	6,550,886
+ Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Otros egresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Utilidad Antes de Impuestos	6,550,886	6,550,886	6,550,886	6,550,886	6,550,886	6,550,886	6,550,886	6,550,886	6,550,886	6,550,886	6,550,886	6,550,886
- Impuestos	2,161,792	2,161,792	2,161,792	2,161,792	2,161,792	2,161,792	2,161,792	2,161,792	2,161,792	2,161,792	2,161,792	2,161,792
= UTILIDAD NETA	4,389,094	4,389,094	4,389,094	4,389,094	4,389,094	4,389,094	4,389,094	4,389,094	4,389,094	4,389,094	4,389,094	4,389,094
- Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Utilidades no Repartidas	4,389,094	4,389,094	4,389,094	4,389,094	4,389,094	4,389,094	4,389,094	4,389,094	4,389,094	4,389,094	4,389,094	4,389,094
Utilidades no Repartidas Acumuladas	4,389,094	8,778,188	13,167,282	17,556,375	21,945,469	26,334,563	30,723,657	35,112,751	39,501,845	43,890,939	48,280,032	52,669,126

8.3.3 Balance General

BALANCE GENERAL			
ACTIVO			PASIVO
Caja	120,738,488.00		Cuentas por Pagar
Banco	-		57,306,196.00
Cuentas por Cobrar	(33,071,777.00)		Total Pasivo
			57,306,196.00
			Patrimonio
			Capital
			93,000,000.00
			Donaciones
			-
			Utilidad de Ejercicios Anteriores
			52,669,126.00
			Total Patrimonio
			145,669,126.00
Total Activo	87,666,711.00		Total Pasivo y Patrimonio
			202,975,322.00

8.4 Evaluación financiera del proyecto

8.4.1 Valor Presente Neto

Valor Presente Neto	43,106,979
----------------------------	-------------------

8.4.2 Tasa Interna de Retorno

Tasa Interna de Retorno	7,88%
--------------------------------	--------------

8.4.3 Indicadores Financieros proyectados

Indicadores	
Prueba ácida	1
Razón corriente	1,8
Rentabilidad del patrimonio	0,36
Cobertura	1,96

8.4.4 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Cambio Porcentual en las Ventas	10.00%
Tasa de Retorno	4.00%
Valor Presente Neto	54,191,378
Tasa Interna de Retorno	8.67%

8.4.5 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Cambio Porcentual en el Precio	15.00%
Tasa de Retorno	4.00%
Valor Presente Neto	81,177,452
Tasa Interna de Retorno	11.44%

9. CONSIDERACIONES FINALES

El estudio realizado acerca del proyecto arroja datos positivos para la ejecución del mismo, el mercado en Colombia es poco explotado y en el mercado anglo hay buenas expectativas de negocios y oportunidades claras.

La parte productiva, comercial, organizacional y financiera resultan igualmente viables.

El estudio financiero muestra tasas de retorno interno factibles

Dado que en nuestra ciudad el mercado de la confección es amplio, tenemos variadas ofertas de mano de obra, proveedores y colaboradores externos.

La confección colombiana resulta de gran demanda en el mercado extranjero.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

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

Acaldía de Medellín. Cuarto Concurso Capital Semilla. Guía para la presentación del proyecto de Plan de Negocios. Medellín: 2007

ALCARAZ Rafael. El Emprendedor de éxito. México: Editorial McGraw-Hill Interamericana, 3ª. Edición, 2006. ISBN 970-10-5914-X

ARBOLEDA VELEZ, Germán. Proyectos –Formulación, evaluación y control. Cali: Editorial AC Editores, 4ª Edición., 2001. ISBN 958-96485-0-9

FLOREZ URIBE, Juan Antonio. Proyecto de Inversión para PYME – Creación de Empresas. Bogotá: ECOE Ediciones, 2006. ISBN 978-958-648-469-5

GARCIA, Oscar León. Administración financiera. Fundamentos y aplicaciones, Editorial Prensa Moderna Impresores, Tercera Edición.

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

SAPAG CHAIN, Nassir y otro. Preparación y Evaluación de Proyectos. Bogota: Editorial McGraw Hill, 3ª. Edición, 1996. ISBN 958-600-338-8

SAPAG CHAIN, Nassir. Criterios de Evaluación de Proyectos. Madrid: Editorial McGraw Hill, 1996. ISBN 84-481-0067-0

SAPAG PUELMA, José Manuel. Evaluación de proyectos – Guía de ejercicios. Santiago de Chile: Editorial McGraw Hill, 2ª. Edición, 2000. ISBN 956-278-116-X

GALINDO RUIZ, Carlos Julio. Manual para la creación de empresas –Guía de planes de negocios. Bogotá: ECOE Ediciones, 2006. ISBN 958-648-430-0

10. ANEXOS

Anexo #1 – Modelo de Ficha técnica



FICHA TÉCNICA

TELA: CENTAURO Algodón liviano
 FECHA: Mayo 7 de 2012
 REFERENCIA: 31394- (402282 CF)
 CLIENTE:
 CAMPAÑA: 0413
 ENSAYO: 14712
 COMPOSICIÓN: Jersey 100% Algodón
 Rib 97% algodón - lycra 3%
 PESO: Jersey 155 grs - rib 285 grs
 ANCHO: Jersey 0.65 - rib 0.95
 RENDIMIENTO: 3.5 mt
 PROMEDIO: Cuerpo 0.55 cms
 rib cuello 0.03 cms
 ORIGEN: Colombia
 CONFECCIONISTA:
 MOLDERÍA:

MEDIDAS

	S		M		L		XL	
	Prenda terminada	Moldera	Prenda terminada	Moldera	Prenda terminada	Moldera	Prenda terminada	Moldera
A - Pecho	39	40	41	42	43	44	45	46
B - Largo centro espalda	51	54	52.5	55.5	54	57	55.5	58.5
C - Largo manga	48	52	49.5	53.5	51	55	52.5	56.5
D - Ancho de puño	12	12.5	13	13.5	14	14.5	15	15.5
E - Largo centro frente	48.5	51.5	50	53	51.5	54.5	53	56
F - Ancho ruedo	2		2		2		2	
G - Ruedo mangas	2		2		2		2	
H - Cuello	40	40	42	42	44	44	46	46

ESPECIFICACIONES

Hilo Calibre 120
 PPP pespunte 10 PPP internas 12
 Aguja 90/11
 Costado Filete en puntada sencilla
 Manga Filete en puntada sencilla
 Cuello De 1,5 cms terminado en rib y asentado con recubridora a 2 agujas con sep de 1/8 tono a tono
 Ruedos De 2 cms dobladillo y asentado con recubridora 2 agujas con separación de 1/8" tono a tono
 Puño De 2 cms terminado, dobladillo y asentado en recubridora 2 agujas con separación a 1/8", con hilo tono a tono
 Estampado Logo al frente. Técnica: Textil
 Marquilla marca Estampada en hiladilla, pegada en espalda 1/16"
 Marquilla lavado Estampada en sintético, pegada en costado izq



MUESTRA DE TELA



CENTAURO - J1
155 grs / m



Anexo #2 – Encuestas

Investigación de Mercado

Nombre _____ Edad _____

Ocupación _____ Teléfono _____

Marque con una X según su conocimiento o preferencia

1. A la hora de elegir ropa usted prefiere un estilo?

Formal Informal Deportivo

2. De los siguientes aspectos en cual fija su atención a la hora de elegir una prenda de vestir?

Material Color Precio Diseño Calidad

3. Qué gama de colores acostumbra a utilizar en sus prendas?

Neutros Cálidos Ácidos Fríos Pasteles

4. Los acabados en sus prendas exteriores los prefiere?

Estampados Bordados Aplicaciones Pedrería

5. Durante el embarazo que tipo de prendas prefiere usar?

Vestidos Conjuntos pantalón Conjuntos Capri

6. Para dormir durante el embarazo usa?

Batola Conjunto short Conjunto capri Conjunto pantalón

7. Qué importancia tiene para usted la marca de la ropa materna?

Baja Media Alta

8. Qué marcas o almacenes conoce de ropa especializada para la maternidad?

9. Dónde adquiere o adquirió la ropa materna durante su embarazo?

