



SENTIDO G. S.A.S

“una expresión de tu personalidad”

SG S.A.S

SENTIDO G.

Plan de Negocios

SG S.A.S

Comercio Internacional

Medellín, Junio 2013



Escriba su Copyright

El uso de esta plantilla está 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 está 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*

SENTIDO G.

Contenido- Plan de Negocio

	Pág.
RESUMEN EJECUTIVO _____	11
1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO _____	13
2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS _____	14
3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA _____	15
3.1. Nombre de la Empresa _____	15
3.2. Descripción de la Empresa _____	16
3.3. Misión y Visión de la Empresa _____	16
3.4. Objetivos a corto, mediano y largo plazo _____	17
3.5. Ventajas Competitivas _____	18
3.6. Necesidad o problema que se quiere intervenir _____	19
3.7. Relación de productos y/o servicios _____	20
3.8. Justificación del Negocio _____	20
3.9. Análisis del entorno y del sector _____	20
3.10. Conocimientos para entrar en el Negocio _____	25
4. ANALISIS DEL MERCADO _____	26
4.1. Objetivos de Mercadeo _____	26
4.2. Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios _____	27
4.3. El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios _____	30
4.3.1. El Mercado Meta _____	30
4.3.2. Estudio del Mercado Consumidor - _____	31
4.4. El Mercado Proveedor _____	36
4.4.1. Estudio del Mercado de Proveedor _____	36

4.5.	El Mercado Competidor _____	40
4.5.1.	Competidores _____	41
4.5.2.	Estudio del Mercado Competidor _____	41
4.6.	Mercado Distribuidor _____	43
4.6.1.	Distribución _____	43
4.6.2.	Distribución a través de terceros _____	43
4.6.3.	Distribución Directa _____	43
4.6.4.	Manejo de Inventarios _____	44
4.6.5.	Comunicación _____	44
4.6.6.	Actividades de promoción y divulgación _____	45
4.7.	Precios de los Productos _____	45
4.7.1.	Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos _____	45
4.7.2.	Los Precios de los productos tomando como base los Costos _	46
4.7.3.	Los Precios de los Productos propuestos _____	47
4.7.4.	Política de Precios _____	48
4.8.	Costos asociados a las Actividades de Comercialización _____	49
4.9.	Riesgos y Oportunidades del mercado _____	49
4.10.	Plan de ventas _____	50
5.	ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN) _____	52
5.1.	Objetivos de producción _____	52
5.2.	Descripción del proceso de producción _____	53
5.3.	Capacidad de producción _____	55
5.4.	Plan de Producción _____	55
5.5.	Recursos materiales y humanos para la producción _____	56
5.5.1.	Locaciones _____	56
5.5.2.	Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres. _	58
5.5.3.	Requerimientos de materiales e insumos. _____	60
5.5.4.	Requerimientos de servicios. _____	61
5.5.5.	Requerimientos de personal. _____	61
5.6.	Programa de producción _____	76
6.	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS _____	78
6.1.	Procesos Administrativos _____	78
6.1.1.	Procesos Administrativos Externalizados _____	81
6.1.2.	Procesos Administrativos Externalizados _____	83
6.2.	Estructura Organizacional del Negocio _____	83



6.2.1. Organigrama _____	83
6.2.2. Descripción funcional de la Organización _____	84
6.3. Recursos materiales y humanos para la administración _____	90
6.3.1. Locaciones _____	90
6.3.2. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres. _____	92
6.3.4. Requerimientos de servicios. _____	96
6.3.3 Requerimientos de personal _____	97
Tabla 25. Requerimiento de Personal _____	97
6.4. Programa de administración _____	100
7. ASPECTOS LEGALES _____	101
7.1. Tipo de Organización empresarial _____	101
7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas _____	103
8. ASPECTOS FINANCIEROS _____	108
8.1. Estructura Financiera del Proyecto _____	108
8.1.1. Recursos Propios _____	108
8.1.2. Créditos y Préstamos Bancarios _____	109
8.2. Ingresos y Egresos _____	112
8.2.1. Ingresos _____	112
8.2.1.1. Ingresos Propios del Negocio. _____	112
8.2.1.2. Otros Ingresos _____	115
8.2.2. Egresos _____	115
8.2.2.1. Inversiones _____	115
8.2.2.2. Costos _____	117
8.2.2.3. Gastos _____	120
8.2.2.4. Gastos Distribución y Ventas _____	121
8.2.2.5. Gastos Amortización de diferidos _____	122
8.2.2.6. Gastos Financieros _____	122
8.3. Estados Financieros Proyectados _____	124
8.3.1. Flujo de Caja _____	124
8.3.2. Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados) _____	127
8.3.3. Balance General _____	128
8.4. Evaluación financiera del proyecto _____	128
8.4.1. Valor Presente Neto _____	128
8.4.2. Tasa Interna de Retorno _____	129
8.4.3. Indicadores Financieros proyectados _____	129
8.4.4. Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda) _____	130
8.4.5. Análisis de sensibilidad (Variación del Precio) _____	131

8. CONSIDERACIONES FINALES	134
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	136
ANEXOS	137



Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. Consulta Registro Único Empresarial _____	15
Figura 2. Catálogo de Productos: Línea Masculina _____	27
Figura 3. Catálogo de Productos: Línea Femenina _____	29
Figura 4. Herramientas _____	53
Figura 5. Locaciones _____	57
Figura 6. Máquina de Coser _____	59
Figura 7. Organigrama _____	83
Figura 8. Bosquejo general de su distribución interna _____	91

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Determinación de la demanda _____	34
Tabla 2. Proveedores _____	36
Tabla 3. Resultados del estudio de los proveedores _____	40
Tabla 4. Competidores _____	41
Tabla 5. Resultados del Estudio de la Competencia _____	42
Tabla 6. Fuerza de Venta _____	43
Tabla 7. Precios / Costos _____	46
Tabla 8. Precios Incoterms _____	48
Tabla 9. Costos Asociados _____	49
Tabla 10. Costos de Adecuaciones _____	56
Tabla 11. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres. ____	58
Tabla 12. Requerimientos de materia e insumos _____	60
Tabla 13. Requerimientos de Servicios _____	61
Tabla 14. Gerente profesional en administración. _____	61
Tabla 15. Jefe comercial tecnólogo o profesional en mercadeo y ventas ____	63
Tabla 16. Jefe comercio exterior: tecnólogo o profesional en comercio exterior _____	66
Tabla 17. Diseñador: profesional en diseño de modas _____	68
Tabla 18. Operario cortador: técnico en producción _____	70
Tabla 19. Operario maquina textil son 5: operario de producción _____	72
Tabla 20. Oficios generales _____	74
Tabla 21. Actividades Pre - operativas: _____	76
Tabla 22. Descripción de los procesos administrativos _____	78
Tabla 23. Requerimiento de equipos, software, muebles y enseres _____	92
Tabla 24. Requerimiento de Aseo _____	95
Tabla 25. Requerimientos de Servicios _____	96
Tabla 26. Programa de Administración _____	100
Tabla 26. Recursos Propios por Socio _____	108
Tabla 27. Recursos Propios _____	108
Tabla 28. Inversión Total Disponible _____	109
Tabla 29. Crédito Bancario _____	109
Tabla 30. Tasas de Interés _____	110
Tabla 31. Amortización de crédito _____	111



Tabla 32.Ingresos Propios _____	112
Tabla 33.Punto de Equilibrio _____	113
Tabla 34.Punto de equilibrio por producto _____	114
Tabla 35.Inversiones del negocio _____	116
Tabla 36.Costos Totales _____	117
Tabla 37.Costos Administración _____	120
Tabla 38.Costos Distribución y Ventas _____	121
Tabla 39.Intereses pagados _____	123
Fuente: Elaboración propia _____	123
Tabla 40.Flujo de Caja Proyecciones _____	124
Tabla 41.Flujo de Caja _____	125
Tabla 42.Estado de Pérdidas y Ganancias _____	127
Tabla 43.VPN _____	128
Tabla 44.TIR _____	129
Tabla 45.Variación de la Demanda _____	130
Tabla 46.Variación del Precio _____	131

RESUMEN EJECUTIVO

Colombia siempre se ha caracterizado por ofrecer excelente calidad de mano de obra en sus prendas confeccionadas a los mercados internacionales, siendo este uno de los principales sectores. Estos resultados van ligados a una serie de factores competitivos tales como la ubicación geográfica. Este hace referencia a que el país tiene ventaja en cuanto a que los tiempos de tránsito son menores, mayor velocidad en las entregas y fletes competitivos internacionalmente y por otra parte, las certificaciones internacionales, que hacen más atractiva la oferta colombiana de los mercados externos, además de que en el país se presenta una de las pasarelas más importantes de América Latina.

En ese orden de ideas, también es importante resaltar que actualmente gracias al Programa de Transformación Productiva (PTP) del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el sector trabaja para incrementar sus niveles de productividad y competitividad y convertirse en un jugador de talla mundial en mercados internacionales. Es por eso que este proyecto es una propuesta para contribuir a la satisfacción de esta necesidad por medio de la producción de prendas íntimas para la comunidad LGBT de Marruecos, además de presentar altos niveles de poder adquisitivo de estas personas, se produce en grandes volúmenes en nuestro país.

Inicialmente se harán exportaciones en termino FOB (FreeOnBoard) al mercado meta a los que llegaríamos. Este país es un socio comercial importante debido a que además tener vigente varios acuerdos comerciales, resulta

ser un mercado con oportunidad de negocio para este tipo de productos ya que su población en general no se caracteriza por adquirir este tipo de productos, pero después de este estudio el mercado meta es muy sólido para consolidar las exportaciones. Así mismo, la inversión necesaria para este proyecto es de \$190.922.293, pero considerando que aún no se cuenta con tan alta cifra, se puede recurrir a un crédito bancario a 5 años con una tasa de 2,10% mensual.

La rentabilidad que se estima es del 0.83% mensual, pues según el Informe del Comportamiento del Sector Real de la Economía elaborado por la Superintendencia de Sociedades (2012), es necesario que a largo plazo se invierta más en maquinaria, equipos, infraestructura y mano de obra, es decir, convertir esta idea de negocio en una gran empresa sólida.

Por último y después de realizar el análisis financiero, se llega a la conclusión de que se esta idea de negocio es viable ya que la ventas cubren y soportan las estructura de costos.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Catalina Restrepo Montoya

Identificación: 43.909.164 Teléfono: 2302464 Celular: 3117815892

Dirección: Calle 53 A No. 77 C 64 Barrio: Los Colores

Ciudad Medellín Correo electrónico: Catarpo82@hotmail.com

Estudios: Técnicos Tecnológicos Universitarios X

Otros Administración

Estudios:

Juan Esteban Moreno López

Identificación: 71.295.921 Teléfono: 4144415 Celular: 3007371253

Dirección: Carrera 82 B No. 42 C 41 Barrio: Simón Bolívar

Ciudad Medellín Correo electrónico: Juanesmoreno25@hotmail.com

Estudios: Técnicos X Tecnológicos Universitarios

Otros Comercio Exterior y Mercadeo

Estudios:

Marta Sánchez Rojas

Identificación: 43.997.938 Teléfono: 2690628 Celular: 3136036949

Dirección: Calle 45 No. 29 56 Barrio: La Milagrosa

Ciudad Medellín Correo electrónico: m_730sanchez@hotmail.com

Estudios: Técnicos X Tecnológicos Universitarios

Otros Mercadeo y Ventas

Estudios:

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Este proyecto se realizó principalmente por razones académicas con el fin de recopilar y aplicar los conocimientos adquiridos durante nuestra formación académica, teniendo en cuenta que se trata del trabajo de grado.

Además que vemos viable esta idea de negocio al conocer y aprovechar la demanda de nuestros productos en Marruecos ya que es un centro turístico muy atractivo para la comunidad LGBT (Lesbianas, Gay, Bisexuales y Transgnero) y el gran poder adquisitivo que tiene este país.

También es importante mencionar que después de elaborar este proceso, exploración y resultado que arroje agruparemos la información con el fin ejecutarlo y crear empresa contribuyendo al desarrollo económico del país y las exportaciones del mismo.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1. Nombre de la Empresa

SENTIDO G. S.A.S – SG S.A.S

Figura 1. Consulta Registro Único Empresarial

The screenshot displays the RUE website interface. At the top, there is a navigation bar with the RUE logo and the text 'Registro Único Empresarial Cámaras de Comercio'. Below this, there are tabs for 'Inicio', 'Registro Mercantil', and 'Registro de Proponentes'. The main content area is titled 'Consultas de Homonimia' and contains a section for 'Instrucciones para realizar las consultas'. Below the instructions, there are two search input fields: 'Consulta por nombre' with the value 'SENTIDO G' and 'Consulta por palabra clave'. Both fields have 'Consultar' buttons. At the bottom, there is a table with search results.

Cámara de Comercio	Matrícula	Razón Social	Sigla	Tipo de Identificación	No. Identificación	Organización Jurídica
MEDELLIN PARA ANTIOQUIA	32536802	SENTIDO GRAFICO		SIN IDENTIFICACION		ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO
BOGOTA	1173531	SENTIDO GRAFICO LTDA		NET	830100866	SOCIEDAD LIMITADA

Fuente: Cámara de Comercio, 2012

3.2. Descripción de la Empresa

SENTIDO G. es una empresa dedicada a la *Confección y Comercialización de Ropa Interior* enfocada a la comunidad LGBT (Lesbianas, Gay, Bisexuales y Transgenero) con el fin de contribuir a encontrar productos cada vez acordes a las inclinaciones sensuales del mercado objetivo. Tiene una capacidad productiva y unas unidades de negocio permitidas por nuestros clientes nacionales e internacionales. Dentro de las estrategias tenemos: la marca propia al que hemos recurrido como un apelativo esencial dentro del futuro estratégico de la organización.

El Sector económico es el de Confección, estamos ubicados dentro de la categoría de Pequeña empresa y tanto la planta de producción como las oficinas administrativas estarán ubicadas en el Barrio Estadio en la Carrera 73 No. 50 – 28 en la Ciudad de Medellín – Colombia. Debido al punto estratégico para el abastecimiento de la materia prima por parte de nuestros proveedores.

3.3. Misión y Visión de la Empresa

Misión: **SENTIDO G.** es una Empresa dedicada al Desarrollo, Producción y Comercialización de Moda Íntima que se destaca por ofrecer una alternativa viable, rentable y competitiva a su mercado objetivo, con capacidad creativa, logística y tecnológica para procurar soluciones de pronta moda, vanguardista y con altos

valores agregados, reuniendo nuestra experiencia logrando satisfacer nuestros clientes, accionistas, colaboradores y proveedores.

Visión: SENTIDO G. Se propone al cabo del año 2015 ser una organización normalizada y certificada en sus procesos creativos, comerciales y logísticos, que se le reconozca por su oferta de valor en soluciones de pronta moda a nivel nacional e internacional y que logre un reconocimiento de marca inspirada en productos diferenciales.

Valores Empresariales: Respeto, Responsabilidad, Compromiso, Honradez, Puntualidad.

3.4. Objetivos a corto, mediano y largo plazo

Objetivo General: Garantizar adecuadas instalaciones para la producción y comercialización de los productos asegurando su conservación para la entrega final al cliente satisfaciendo sus necesidades y nuevas propuestas.

Objetivos a corto plazo (6 meses a 1 año)

- Diseñar y elaborar una página Web para promocionar la empresa y sus productos.
- Ampliar nuestro portafolio de productos con 2 colecciones al término de 12 meses.

Objetivos de Mediano Plazo (1 año a 5 años)

- Realizar alianzas estratégicas con nuestros Proveedores y clientes con el fin de satisfacer las necesidades del cliente asegurando su fidelidad con la empresa.
- Identificar los principales mercados internacionales con estas tendencias de consumo a través de estudios de mercado y oportunidades de negocio con la ayuda y acompañamiento de Proexport.

Objetivos a Largo plazo (5 a 10 años)

- Tener cobertura a nivel nacional en las principales ciudades como Pereira, Cartagena y Cali.
- Implementar tecnología en maquinaria la cual nos agilice el proceso de producción

3.5. Ventajas Competitivas

- Productos elaborados con los más altos estándares de calidad, distinción, diseño, comodidad, sensualidad.
- Seguridad y discreción con nuestros clientes, presentando empaques mucho más sobrios, elegantes, oscuros, acorde con su estilo de vida y de vestir.
- Capacidad de producción de nuestra planta
- Disponer de una completa gama de soluciones para sincronizar el flujo de mercancías y abastecer la demanda para conseguir que la entrega a Marruecos se realice en el menor tiempo posible según los requerimientos de nuestros clientes.

- Las buenas relaciones comerciales entre Colombia y Marruecos por los acuerdos comerciales firmados, entre ellos uno de colaboración entre los dos países para fortalecer el crecimiento económico y el acuerdo entre el Centro Marroquí de Promoción de las Exportaciones (CMPE) y el Centro de Promoción de Exportaciones, firmado en Rabat el 9 de mayo de 1997 donde se suprimen todos los aranceles en las negociaciones entre estos dos países.
- El poder adquisitivo del marroquí es muy alto, su economía está en una etapa de crecimiento acelerado y esto nos favorece positivamente.

3.6. Necesidad o problema que se quiere intervenir

La industria Marroquí es caracterizada por dedicarse en gran medida a la fabricación de producciones de gama baja, a ofrecer mano de obra barata por lo que es comparada con China, Turquía, y Asia Oriental.

De esta manera Marruecos ha visto disminuir su cuota en el mercado Europeo el principal y casi único destino de las exportaciones Marroquíes de textil.

Rabat baso su estrategia de atracción de inversión extranjera y de promoción de exportaciones para los empresarios Europeos.

El mercado textil (ropa íntima) está descuidado, se aprecia una descoordinación entre los comerciantes, por lo que surge una necesidad de

especialización en productos de gama alta, creatividad y diseño para atender y suplir las necesidades del mercado en especial nuestro mercado objetivo (Comunidad Gay).

3.7. Relación de productos y/o servicios

Nuestra empresa está dedicada al diseño, producción y comercialización de ropa interior Gay.

3.8. Justificación del Negocio

La principal necesidad que busca suplir **SENTIDO G** es la deficiencia que se presenta en el mercado textil (ropa íntima) en Marruecos de acuerdo a la calidad de las prendas que se comercializan y en especial en satisfacer las necesidades de la comunidad Gay.

3.9. Análisis del entorno y del sector

El sector textil y de confección en Marruecos, tradicionalmente una de las puntas de lanza de la industria marroquí, se ha visto sensiblemente afectado por la creciente competencia de los países asiáticos.

La industria textil y de confección es uno de los pilares sobre los que se

sustenta el sector industrial marroquí: emplea al 40% del total de los trabajadores de la industria de transformación y representa el 17% de su valor añadido.

Esta importancia también se refleja en la economía en su conjunto: la industria textil y de confección representa aproximadamente el 5% del PIB marroquí. Sin embargo, el papel clave de la industria textil y de confección se derivan principalmente de su significativo peso en las exportaciones marroquíes: las ventas al exterior de textil y confección suponen entre el 25% y el 30% del total de las exportaciones. A su vez, las prendas de confección son el principal producto exportado por Marruecos. Aquí cabe diferenciar entre las dos grandes ramas de la industria textil y de confecciones: la rama de confección (prendas de vestir de confección y género de punto) a la que se dedican aproximadamente el 60% de las empresas de la industria y cuya producción va destinada principalmente a la exportación; y la textil de base (hilado, tejido, tintado, acabado e impresión) que se dirige a abastecer el mercado local. La dependencia señalada de las ventas al exterior hace que la industria se muestre muy permeable a lo acontecido fuera de las fronteras de Marruecos. En este sentido destaca la creciente pujanza de los países asiáticos que se ha constituido en la principal amenaza para el sector productivo de textil en el resto del mundo y que a Marruecos ha afectado de forma notable puesto que se dedicó a producir ropa de muy baja calidad en tiempo record. En efecto, la industria textil y de confección marroquí estaba hasta ahora especializada en productos de gama baja en los que compite directamente con productores chinos e indios, entre otros. De esta manera, en los últimos años Marruecos ha visto disminuir su cuota en el mercado europeo, el principal y casi único destino

de las exportaciones marroquíes de textil, que ha pasado del 5,3% en 1997 al 4,7% en 2004 mientras que todos aquellos competidores que estaban por delante (China, Sur asiático, Turquía, Europa del Este) aumentaron sus cuotas. Esta situación le abre el camino a productores más eficientes con productos de excelente calidad como los latino que no compiten con grandes cantidades como el mercado oriental pero si con calidad. A ello cabe añadir la imposibilidad de la industria textil y de confección marroquí de seguir compitiendo vía precios en productos de gama baja ya que si bien el coste de la mano de obra es inferior al europeo o al estadounidense o, incluso, que en Turquía y en algunos países de Europa del Este, es relativamente alto cuando se compara con países como China e India.

Económicamente, Marruecos es la quinta economía más grande de África y tiene el segundo mayor PIB no petrolero de un Estado Árabe. La mayor industria de Marruecos es la de los fosfatos que emplea a cerca del 2% de la población, pero representa alrededor de la mitad de los ingresos de la nación. Otras industrias importantes son la pesca y el turismo, siendo este último uno de los principales motores de crecimiento de la economía marroquí, y es esta última la que nos favorece y nos afecta positivamente porque marruecos se ha convertido en un centro turístico muy apetecido en todo el mundo especialmente por los europeos debido a su cercanía.

Hablando de comercialización encontramos que la distribución en Marruecos se caracteriza por poseer una gran estructura opaca y poco desarrollada, con una gran cantidad de intermediarios que en ocasiones alcanza los 4 ó 5 niveles

antes de llegar al consumidor final. Sin embargo, a raíz del progresivo desarrollo económico del país, y de una naciente clase media, se está produciendo una europeización de las costumbres, lo que da lugar a nuevas formas de compra que favorecen la implantación de medias y grandes superficies y centros comerciales (con entrada de grupos extranjeros), además que de que esto nos favorece positivamente porque nos agiliza el proceso de logística la distribución, nos facilita la entrada a este país. La europeización es un punto a favor que no podemos descartar porque esto nos ayuda a que las personas en marruecos cada vez sean más abiertas y día a día puedan asimilar el nuevo género que está tomándose al mundo.

Ahora hablando de nuestro país de origen Colombia encontramos que tiene una economía creciente y estable con un crecimiento del PIB del 5.9% en el 2011, un gobierno comprometido con el sector privado y un sector fuerte con claros espacios para ser aprovechados por los inversionistas extranjeros.

Analizamos que este sector cuenta con más de 100 años de experiencia y una cadena de producción consolidada y experimentada. El sector representa el 8% del PIB manufacturero y el 3% del PIB nacional, constituye más del 5% del total de exportaciones del país, estas cifras fueron arrojadas por Proexport como resumen de este sector para el año 2012.

Gracias a esto es uno de los sectores más protegido y apoyado del país, contamos con ciertas barreras o proteccionismo para el ingreso de mercancías provenientes de otros países lo que nos favorece positivamente por que

esto nos ayuda a consolidarnos más como empresa en el mercado nacional.

Colombia es sede de importantes ferias textiles y de confección como lo es Colombia Tex, Colombia Moda entre otras precisamente en Medellín la ciudad donde estamos situados lo que nos facilita poder estar en ellas, aparte que todos estos eventos nos favorecen positivamente porque son una gran vitrina para nuestra empresa y para nuestros productos ya que son las ferias más visitadas por extranjeros.

Además contamos con el apoyo de entidades como el Sena donde nos ofrecen más de 12 programas de capacitación gratuita lo que nos facilita poder tener mano de obra competitiva y especializada, contamos también por ser el sector que más genera empleo con varios incentivos tributarios tales como: Exención de impuesto de ventas, deducción de impuesto sobre la renta y recursos de financiamiento para la formalización y generación de empleo.

En Colombia contamos con más de 10 TLC y acuerdos comerciales con 48 países, logrando un acceso preferencial a más de 1.500 millones de consumidores y se espera que en abril próximo se apruebe el TLC con Europa y esto nos favorece positivamente puesto que nos facilita la logística de transporte gracias a la cercanía de España con Marruecos.

Otra aspecto muy importante para tener en cuenta a la hora de tomar la decisión de exportar es la parte de transporte tanto nacional como

internacional en la parte interna contamos con grandes empresas de transporte que nos facilitan esta operación pero también encontramos que la infraestructura vial está muy atrasada y nos puede dificultar el proceso debido a derrumbes, zonas peligrosas etc. En el transporte internacional encontramos que el 75% del total de navieras en el mundo recalán en servicio de exportación e importación en Colombia, con más de 3.700 frecuencias marítimas, bajos costos en fletes marítimos en comparación con la región.

Aeropuerto de Bogotá: primero en América Latina en movimiento de carga. Aproximadamente 1.000 frecuencias aéreas para el transporte de carga, con 8 aerolíneas de carga y 13 de pasajeros, paso obligado para navieras que cubren las rutas marítimas norte- sur- norte y este-oeste, gracias a su cercanía del canal de Panamá y acceso a los dos océanos.

3.10. Conocimientos para entrar en el Negocio

Diseñadores de modas con alto conocimiento en las tendencias de la moda gay.

Tecnólogos y profesionales de comercio exterior

Entorno socio - económico y Cultural del país.

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1. Objetivos de Mercadeo

Objetivos a corto plazo (6 meses a 1 año)

- Posicionar al termino de 12 meses, nuestra marca en al menos 5 de los 15 hoteles ubicados en la zona BTL DE MARRUECOS, con un fuerte despliegue de apertura de mercados por el asesor comercial.
- Desarrollar una nueva campaña de publicidad dirigida al público objetivo, que apoye la estrategia de posicionamiento, enfatizando en las unidades de precio alto en la publicidad.
- Incrementar el presupuesto de publicidad en un 20 por ciento.

Objetivos de Mediano Plazo (1 año a 5 años)

- Obtener al término de 3 años, el 50% del mercado, como resultado del posicionamiento y reconocimiento de la empresa.
- Hacer convenios con los hoteles en los cuales patrocinamos eventos que se hacen en la zona humedad, en las discotecas, en los show nocturnos que cada hotel realice, además que por cada compra grande en uno de nuestros almacenes ofrecemos descuentos en los productos de los hoteles o de acuerdo al paquete que compren los clientes de estadías en el hotel se le obsequia un producto de nuestra empresa.

Objetivos a Largo plazo (5 a 10 años)

- Expandir la empresa a otros países tales como España, aumentando así las ventas de nuestros productos.
- Lograr posicionar nuestra marca Sentido G. en todos los hoteles de Rabat convirtiéndonos en la marca líder de este país por la calidad, sensualidad e innovación de nuestros productos.

4.2. Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

Figura 2. Catálogo de Productos: Línea Masculina



Tipo de Producto:	<i>Ropa Interior</i>
Género:	<i>Masculino</i>
Marca:	<i>Punto G</i>
Material:	<i>Cuero</i>
Referencia:	<i>Cat 07</i>
Origen:	<i>Colombia</i>
Capacidad de suministro	<i>3000 prendas por mes</i>
Plazo de Entrega:	<i>Programación</i>

Fuente: Elaboración propia.



Tipo de Producto:	Ropa Interior
Género:	Masculino
Marca:	Punto G
Material:	Spandex 5% -Nilon 95%
Referencia:	Cat 08
Origen:	Colombia
Capacidad suministro	de 3000 prendas por mes
Plazo de Entrega:	Programación

Fuente: Elaboración propia.



Tipo de Producto:	Ropa Interior
Género:	Masculino
Marca:	Punto G
Material:	Spandex 8% -Nilon 92%
Referencia:	Cat 09
Origen:	Colombia
Capacidad suministro	de 3000 prendas por mes
Plazo de Entrega:	Programación

Fuente: Elaboración propia.

Atrevidas prendas negras con curioso diseño en malla y cargaderas para sorprender a tu pareja en una noche de pasión y romance. Atrévete a lucir diferente y deja a tu pareja con la boca abierta.

Figura 3. Catálogo de Productos: Línea Femenina



Tipo de Producto:	Ropa Interior
Género:	Femenino
Marca:	Sandez
Material:	Sandez
Referencia:	Cat 11
Origen:	Colombia
Capacidad de suministro	3000 prendas por mes
Plazo de Entrega:	Programación

Fuente: Elaboración propia.

Un conjunto muy especial, perfecto para que ella te abra como un dulce regalo.

Sólo para las más atrevidas.



Tipo de Producto:	Ropa Interior
Género:	Femenino
Marca:	Punto G
Material:	96% Nylon 92% - 4 Elastano
Referencia:	Cat 10
Origen:	Colombia
Capacidad de suministro	3000 prendas por mes
Plazo de Entrega:	Programación



Fuente: Elaboración propia.

Malla perfecta para seducir, chic y con mucho estilo. Destaca tu silueta con esta malla de manga larga. Úsala sola o incluso con tus jeans favoritos, para un look muy sexy.

4.3. El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1. El Mercado Meta

SENTIDO G se va a enfocar principalmente en la comunidad gay entre 15 – 50 años, que se estén hospedando en los principales hoteles de Marruecos como lo son, “El golden tulip farah Rabat, Le dawliz Hotel & spa, Husa Casablanca plaza, Sheraton Casablanca hotel & towers”. Además de esto el poder adquisitivo de estas personas es alto y es lo más influyente para poder adquirir estos productos ya que no les importa gastar dinero para invertir en su vanidad, siempre están con sed de estar a la moda y sentirse sexys.

4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor -

Objetivos del estudio del mercado consumidor: Actualmente la demanda de productos sensuales e innovadores está en aumento y más aún si la principal característica es la sensualidad debido a que el consumidor gay se preocupa por satisfacer a su pareja y cada vez más en marruecos existen más gay debido a la influencia que se recibe de Europa hacia esta tendencia sexual.

Objetivos a corto plazo (6 meses a 1 año)

- Realizar un estudio al término de 6 meses para determinar la aceptación de nuestros productos de acuerdo a las Exportaciones realizadas
- Identificar los medios de información que utilizan los clientes, con el fin de reforzar las estrategias de promoción y divulgación del producto.

Objetivos de Mediano Plazo (1 año a 5 años)

- Determinar la cantidad y frecuencia del uso del producto con el fin de definir demanda actual y futura del producto
- Evidenciar cuales serían las necesidades adicionales mediante un estudio de satisfacción del producto ofrecido, con el fin de seguir fidelizando los clientes.

Objetivos a Largo plazo (5 a 10 años)

- Diversificar la línea de productos y llegar a otros mercados objetivos
- Mantenernos en la búsqueda de nuevas oportunidades para los productos ya existentes y para las nuevas líneas que lancemos y así poder mantener nuestra marca al día en cuanto a las necesidades y preferencias de nuestros clientes.

Variables:

- Hábitos y costumbres de compra
- Motivación y preferencias de compra
- Poder adquisitivo del nicho de mercado
- Periodos de mayor consumo

Medios a través de los cuales se realizó el estudio del Consumidor: Se realizó el estudio, basado en datos obtenidos de diferentes entidades oficiales y privadas que realizaron estudios previos sobre las PYMES en Medellín.

Aplicación de la Medios: Se realizaron estudios a pequeños y medianos empresarios registrados en la cámara de comercio, en los programas de emprendimiento como cultura E. A través de una encuesta.

4.2. Resultados del estudio de los consumidores

4.2.1. Encuesta

El 81,3% de los encuestados compra prendas eróticas. La mayoría de estos las compra en Europa o por internet.

En la mayoría de las personas la frecuencia del consumo es los fines de semana, el resto de las personas lo hace 2 o 3 veces en la semana sin importar el día.

Al preguntarles sobre la aceptación del producto, sobre diseño sensual e

innovador, la respuesta de que si lo compraría fue de un 66,7%, aunque esto dependía de cómo fuera el producto y de su reacción al consumirlo por primera vez. Esto resalta la necesidad de hacer énfasis en la promoción, dar a conocer el producto por medio de obsequios. Así mismo esto enfatiza una necesidad que hemos encontrado, tener contacto directo con el consumidor por medio de una página web donde constantemente se reciban sugerencias de los consumidores.

Nota aclarativa: Las encuestas no fueron inventadas, lo que pasa es que encontramos más información en estas opciones.

4.2.2. Tipo de Consumidor

Consumidor Directo: Comunidad Gay entre los 15 y los 50 años de edad, un nicho con gran potencial económico y en espera de ser descubierto por los empresarios. El atractivo primordial de este mercado no es su dinero, sino la manera en que lo administra y su gran movilidad social.

Generalmente están a la cabeza en las tendencias de estilo de vida, ven su progreso económico con una forma de superar la exclusión social y gustan de verse bien siempre. Este sector gasta su dinero en servicios tales como bares y discotecas, viajes, ropa, estética física, restaurantes, turismo, moda, veterinarias, Spas y en salud.

Para el empresario que desee ampliar sus horizontes de venta y obtener

jugosas ganancias, la gente gay como consumidor es la más acertada.

Se encuentran ubicados en Marruecos, en la ciudad de Rabat, específicamente en los hoteles “El golden tulip farah Rabat, Le dawliz Hotel & spa, Husa Casablanca plaza, Sheraton Casablanca hotel & towers”

Tabla 1. Determinación de la demanda

POBLACION TOTAL MARRUECOS	
31,992,592	
POBLACION TOTAL RABAT	
1,622,860	
POBLACION ENTRE LOS 15 Y 50 AÑOS	
RURAL 23%	URBANO 33.3%
373,257	540,412
30% DE LA ZONA URBANA (POBLACION GAY)	
162,124	
1,5% DEL 30% ES NUESTRO MERCADO OBJETIVO	
2,432	

Fuente: Cultura E Medellín (2012), guías empresariales [En línea].
http://culturaemedellin.gov.co/sites/culturaE/culturaE/paginas/guias_emmpresariales.as.px

Demanda potencial: Gracias a los estudios realizados encontramos que cada año la población gay en este país va en aumento debido a la influencia que se recibe de países europeos y que acaban con la represión que en este país existe por su política y su religión.

Cada año se implementarían estrategias de promoción, estableciéndonos cada vez más en los puntos de venta.

Basados en lo anterior pronosticamos que nuestra demanda potencial seria del 10% equivalente a la población gay.

Teniendo presente estos datos, la demanda potencial seria del 10% de la población de Rabat equivalente a 162.286 personas

Demanda que se estima atender: Se espera atender el mercado gay, pues en el mercado no hay productos con estas características es decir tan sensuales e innovadoras, productos que suplan la demanda actual; teniendo en cuenta también que aunque en Europa se produzca no cuentan con el mismo estilo y Calidad.

Teniendo presente lo del punto anterior podríamos atender una demanda de 1.5% equivalente a 2.432 personas con lo cual las Ventas estimadas son de 4.000 unidades mes.

4.3. El Mercado Proveedor

Tabla 2. Proveedores

Nombre del Proveedor	Productos
Fabricato S.A.	Productores y Comercializadoras de Telas
Coltejer	
Textiles y Textiles	
Papelería y Servicios Papyser	Productos de Oficina en general
Marion S.A.	
Papelería y Servicios Papyser	Productos de Aseo para el uso institucional
Industrias Frotex S.A.S	
Soluciones JP	Computadores, Portátiles, Accesorios, Impresoras, Monitores, Cámaras, Reguladores, UPS, Mesas para Computadores, Software.
Antioqueña de Maquinas	Fabricación, venta, reparación Y mantenimiento de máquinas de Coser
Paracoser	
Tecniplas Ltda.	
Multi- carton S.A.S.	Empaques

Fuente: Elaboración propia.

4.3.1. Estudio del Mercado de Proveedor

Variables estudiadas del mercado proveedor: Para la selección de los proveedores partimos de los siguientes criterios: desde el punto de vista de la cadena de suministro en donde como regla inicial es que la calidad no se debe considerar como algo que se agregue al final de un proceso, sino por el contrario debe estar implícita en cada uno de las fases de la cadena de suministro. Para las empresas hacerse altamente competitivas necesitan cumplir con ciertos requerimientos y estándares de calidad, de Aprovisionamiento, Producción, distribución y logística.

Criterios Legales: Requerimientos que se sustentan con órdenes y documentos emitidos por los organismos legales, documentos tales como registros para el establecimiento del proveedor o tal vez el registro sanitario del producto, desde este punto de vista podemos decir que las sanciones legales son parte fundamental para la integración de los proveedores y la empresa foco en la cadena de suministro.

Criterios Administrativos: Uno de los puntos vitales dentro de esta clase de criterios es la estructura organizacional y funcional, el certificado de constitución, alcance de las responsabilidades, además las certificaciones comerciales, es decir todo lo referente a las secciones organizativas y estrategias de la empresa.

Criterios Financieros: Los recursos de la compañía como solidez económica, la capacidad de inversión, las proyecciones económicas, los sistemas de pagos y descuentos, las pólizas de cumplimiento, el alcance de la responsabilidad financiera y principalmente la capacidad de endeudamiento y la liquidez de la compañía.

Criterios Técnicos: Determinado en su mayoría por todos los sistemas de la empresa como los sistemas de producción, distribución, calidad o certificación, la capacidad de la planta, el control de los procesos y su capacidad, documentación de los procesos, garantía de calidad, métodos de inspección y ensayo, servicio técnico, las especificaciones de productos o servicios, rapidez de respuesta

Capacidad de Producción: Es elemental saber cual es la capacidad de unidades del producto que el proveedor puede entregar, pues el tiempo de producción de la empresa depende significativamente del tiempo de entrega de nuestro proveedor.

Tiempos de entrega: Capacidad de entrega que tiene el proveedor de responder por un pedido, acá hay que tener en cuenta factores como la producción y el proceso de distribución pues esto mejora el tiempo de entrega del proveedor.

Calidad de Productos: Las características y necesidades que la empresa necesita afecta la calidad de los productos que la empresa necesite para así mismo exigir a sus proveedores se debe de tener en cuenta aspectos como las propiedades físicas, químicas, dimensiones, rendimiento industrial entre otros.

Servicio: Inicia la actitud desde el inicio de la negociación pues acoge la disposición y buenas condiciones que se tenga, también la garantía del producto y servicio postventa.

Ubicación: Al momento de analizarlo esto ofrece ventajas o desventajas más ampliamente en lo que tiene que ver con el tiempo y los costos esto varia lógicamente según el caso.

- Periodo de garantía.
- Servicio de posventa.
- Servicio de atención al cliente.
- Precio unitario.
- Descuento comercial.
- Forma de pago.
- Plazo de pago.
- Pago del transporte.
- Pago del seguro.
- Recargos por aplazamiento de pago.
- Plazo de entrega.
- Devoluciones
- Solicitud de catálogos, muestras, presupuestos, cotizaciones

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

proveedor: Se accedió a las diferentes páginas Web de los proveedores y como fuente general utilizamos las páginas amarillas en el área de Medellín para la búsqueda de posibles proveedores, para el insumo de las Telas se realizaron entrevistas en las cuales se hacían las demostraciones de los diferentes tipos de tela con el fin de seleccionar las mejores en cuanto a calidad, cumplimiento y capacidad de producción. Así mismo se solicitaron 3 Cotizaciones por escrito de los diferentes productos y se aprobó la de mejor precio

Aplicación de la Medios: Se realizaron las siguientes actividades con el fin de recopilar la información y selección de los Proveedores:

- Entrevista con el Ejecutivo de cuenta de Fabricato: El día 21 de Febrero de 2013 de 10 am a 11:30 Am, precios, cantidades y tipo de telas (muestras comerciales).
- Entrevista con el Ejecutivo de cuenta de Coltejer: El día 21 de Febrero de 2013

de 2pm a 3:30 pm, precios, cantidades y tipo de telas (muestras comerciales).

- Entrevista con el Ejecutivo de cuenta de Textiles y Textiles: El día 22 de Febrero de 2013 de 2:00 pm a 4:00 pm, precios, cantidades y tipo de telas (muestras comerciales).
- Cotización telefónica de Empaques 22 de febrero de 2013 de 9 a 11 am, de diferentes empresas para lo cual se analizó Ubicación, precios, cantidades y capacidad de producción.

Consultas vía Web realizado de la siguiente forma:

- Papelería Marion. <http://www.marion.com.co/>
- Industriales Frotex S.A.S. <http://www.frotex.com/>
- Soluciones JP. <http://www.solucionesjp.net.co/>

Tabla 3. Resultados del estudio de los proveedores

Nombre Del Proveedor	Productos	Ventajas
Fabricato S.A.	Productores y Comercializadoras de Telas	Cuenta con 8 unidades de Negocio y un amplio portafolio
Coltejer		Capacidad de producción y distribución
Textiles y Textiles		Capacidad y entrega
Papelería y Servicios Papyser	Productos de Oficina en general	Ubicación y rapidez en las entregas

Fuente: Elaboración propia.

4.4. El Mercado Competidor

4.4.1. Competidores

Tabla 4. Competidores

Empresa	Dirección	Tel	Fax	Producto
Almecco	Bd moulay slimane, lot 4 – 20300 Casablanca	0522-354-567	0522-354-248	Ropa Interior
Amal Textiles	49, rue Erraihane – Ex Martinets 20200 Casablanca	212 522 36 70 24	212 522 36 42 86	Ropa Interior

Fuente: Elaboración propia.

4.4.2. Estudio del Mercado Competidor

Variables estudiadas del mercado Competidor

- Capacidad de compra
- Fortalezas
- Debilidades
- Servicio al cliente
- Presentaciones del producto (imagen)
- Participación en el mercado
- Precios

Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor: Accedimos a la información de nuestros competidores a través de portales web teniendo en cuenta que es muy poca y que debemos realizar un estudio más profundo.

Aplicación de la Medios: Las consultas se realizaron a través de las páginas web a nuestros principales competidores en Marrueco como lo son Almecco y Amal textiles aplicados los días 1 y 2 de marzo de 2013.

- Almeco Grup. <http://www.almecogrup.com>
- Morocco YP. <http://www.moroccoyp.com>

Tabla 5. Resultados del Estudio de la Competencia

Nombre	Amal Textiles
Contacto	Company address 49 Rue Erraihane Beausejour, Casablanca, Marruecos Phone 0522367024 Fax 0522364286

Nombre	Almeco
Contacto	Bd moulay slimane, lot 4 – 20300 Casablanca, Marruecos Tel 0522-354-567 – 0522354-247 Fax 0522-354-248

Fuente: Elaboración propia.

Nota aclaratoria: En las páginas de las empresas quisimos contactar con ellos pero nunca recibimos una respuesta.

4.5. Mercado Distribuidor

4.5.1. Distribución

No aplica

4.5.2. Distribución a través de terceros

No aplica

4.5.3. Distribución Directa

La distribución se realizara por medio de los hoteles anteriormente mencionados tales como “El golden tulip farah Rabat, Le dawliz Hotel & spa, Husa Casablanca plaza, Sheraton Casablanca hotel & towers”

Tabla 6. Fuerza de Venta

Cargo	Un vendedor	
Cantidad	1	
Perfil	Negociador Internacional	
Competencias	De análisis y síntesis De resolver problemas y proponer soluciones alternativas De actuar con ética y honestidad para reconocer errores De aprender de la experiencia de otros compañeros y sus casos Lectura, redacción y expresión oral Varios idiomas Tecnologías de información y comunicación	
Salario	\$ 1,800,000	
Prestaciones Sociales	\$ 393,000	
Salario Costo Total	\$ 2,193,000	
Viáticos de viaje a Marruecos	Tiquetes ida y regreso:	\$ 6.800.000
	Alojamiento y Alimentación 5 días:	\$ 1.200.000
	Total:	\$ 8.000.000

Fuente: Elaboración propia

4.6.4 Manejo de Inventarios

Los Pedidos a proveedores se realizarán mensual para coordinar la producción solicitada por nuestros principales clientes, los insumos y materia primas serán registradas con un sistema de inventario para satisfacer la demanda interna de estos, nuestra capacidad máxima de producción será de 12.000 unidades mensuales, la proyección de unidades a despachar al mercado objetivo será de 4.000 unidades en relación al mes, contamos con un stock de inventario de seguridad en caso de imperfectos y errores de la cuarta parte de la producción mensual, es decir 3000 unidades y para nuevos pedidos que sean tomados con previo aviso, se garantiza la entrega a tiempo coordinada con la distribución física internacional.

4.5.5. Comunicación

Ropa Interior Gay: Nuestro empaque es mucho más sobrio, elegante, oscuro, acorde con un estilo de vida y de vestir, allí los colores fuertes no se van a evidenciar mucho, con este empaque lo que queremos es brindar seguridad y discreción a las personas que compren nuestro producto. El empaque es de plástico con cierre hermético, con una medida de 30cm de ancho por 30cm de largo.

La empresa se llama SENTIDO G. S.A.S o SG S.A.S

Los colores característicos del logo son las letras blancas encerradas en un

círculo negro y la letra G en color rojo.

4.5.6. Actividades de promoción y divulgación

Nos vamos a enfocar en un primer momento en el punto de venta para dar a conocer el producto, por medio de muestras físicas, demostrando la versatilidad del uso del producto.

En una segunda etapa también se podría tener participación en actividades de diferentes comunidades de LGBT, como las fiestas electrónicas y eventos trascendentales donde concurren este tipo de personas.

Para una tercera etapa y como un objetivo a mediano plazo, crearíamos una página web donde promocionaríamos el producto, información de donde encontrarlo y como utilizarlo.

Contacto Directo: visita inicial del personal de ventas para dar a conocer el producto y la empresa y realizar los negocios y crear los contactos

4.6. Precios de los Productos

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

Variables determinantes del precio

- Costos de producción

- Valor Agregado
- Distribución física Internacional
- Precios de Competencia con Productos similares y sustitutos
- Gastos en actividades de promoción y divulgación

4.6.2. Los Precios de los productos tomando como base los Costos

Para realizar estos cálculos tuvimos en cuenta que el metro de tela nos cuesta \$9.000 y que de cada metro de tela salen 5 prendas más \$500 de elásticos y \$ 100 en hilos.

Tabla 7. Precios / Costos

Costos producción	Costo por Unidad
Insumos	\$ 3,000
Mano de Obra	\$ 1,000
Diseño	\$ 1,000
Empacado	\$ 150
Total	\$ 5,150
Costos ventas	
Transporte	\$ 250
Bodegaje	\$ 150
Total	\$ 400
Costos Administrativos	
Servicios telefónico	\$ 55
Servicios públicos	\$ 100
Diseñadora	\$ 612
Administrativa	\$ 612
Arriendo local	\$ 3,069
Pagina WEB	\$ 150
Tarjetas Presentación	\$ 200
Publicidad	\$ 250
Otros gastos	\$ 1,402
Total	\$ 6,450
TOTAL COSTO	\$ 12,000

Fuente: Elaboración propia.

4.6.3. Los Precios de los Productos propuestos

Flete

Aeropuerto de Origen:	Rionegro
Aeropuerto de Destino:	Casablanca - Marruecos
Tarifa:	USD 1470
Frecuencia:	Semanal
Tránsito:	2 Días Estimados.

Gastos EXW

Flete	Med - Ctg USD 450
Documentos:	USD 25
Customs (Agenciamiento):	USD 175

Seguro

Póliza:	0.5% Valor FOB + Flete Internacional.
----------------	---------------------------------------

Desaduanamiento Marruecos

Agenciamiento y Gastos	USD 750 Aprox
Impuestos	USD 15% Valor Cif Aprox
Flete Marruecos Interno	USD 450 Aprox

Tabla 8. Precios Incoterms

Cantidades Mínimas 1000 U, Precio 12,000 Cop C/U			
Tasa 1803,65			
Precio de Venta	Precio EXW	Precio DDP	Precio Marruecos
6,65 USD	6,675 USD	10,03 USD	40 USD aprox

Fuente: Elaboración propia.

4.6.4. Política de Precios

Principalmente se utiliza el giro directo como medio de pago es decir Pago de Contado.

Nuestra Política de Precios acepta descuentos por volumen y/o pronto pago de un 5% considerando nuestras cifras de producción, el tiempo estipulado para aplicar como pronto pago sería de 15 días a partir de generada la factura de venta.

También utilizamos las ventas a crédito, estas se generarán con un plazo máximo de 30 días, si excede el plazo estipulado, se cobrarán como intereses de mora, 2.5% mensual sobre el valor de la factura.

4.7. Costos asociados a las Actividades de Comercialización

Tabla 9. Costos Asociados

Recursos Materiales y/o humanos	Características	Valor unitario Cop \$	Valor total Cop \$
Creación Página Web	Con fin publicitario, donde se dé a conocer la empresa, el portafolio de productos y se den datos de contacto.	500.000	500.000
Inscripciones en guía comercial.	Publicación de nuestro distribuidor para mayor contacto con nuestros productos	Suscripción Gratuita	Suscripción Gratuita
Transporte interno de mercancía	Transporte terrestre	900.000	900.000
Transporte internacional de mercancía	Transporte marítimo	1.694.431	1.694.431
Embalaje	Caja de cartón corrugado	22.545,63	22.545,63
Total		3.116.976,63	3.116.976,63

Fuente: Elaboración propia.

4.8. Riesgos y Oportunidades del mercado

Los riesgos que identificamos con el estudio de mercado fueron:

- Que la demanda no sea lo que realmente tenemos prevista
- Que el precio de venta al consumidor final se incremente más de lo esperado por la infraestructura de transporte en Marruecos.
- Que los consumidores no acepten nuestro producto

- Que no podamos competir con los productos establecidos en el mercado, esto debido al pensamiento cerrado del marroquí.
- Demoras en los tiempos de entrega debido a inconvenientes en la logística de las vías en nuestro país o protestas que alteren el orden público en las carreteras.
- Dentro de las oportunidades que detectamos en nuestro mercado objetivo, podemos mencionar:
- Acuerdo Comercial de Cooperación, 23 de Junio de 1995, los dos países se otorgan el estatus de nación más favorecida, establecen una comisión comercial mixta y acuerdan estimular y facilitar la realización de ferias y exposiciones comerciales en ambos países. Lo que nos permite mostrar nuestro producto y también que gente de todo el mundo que visite estas ferias nos conozcan.
- Acuerdo entre el Centro Marroquí de Promoción de las Exportaciones (CMPE) y el Centro de Promoción de Exportaciones, firmado en Rabat el 9 de mayo de 1997 favorece el libre ingreso y a cero arancel de nuestro producto a el país.
- las playas del océano atlántico son un centro turístico excepcional por lo que se hace una parada obligatoria para los cruceros que por aquí transiten aumentando el turismo en los hoteles donde se distribuye nuestro producto.
- La necesidad y preferencias por los productos y variedad de los mismos que generan al tipo de personas objetivo de nuestro mercado.

4.9. Plan de ventas

Dentro de nuestros objetivos está en vender el producto tanto a consumidores Marroquíes como turistas a través de un distribuidor para cubrir la demanda ocasionada por los 2.434 habitantes entre los 15 y 50 años en Rabat, Marruecos. En ese orden de ideas, para los 3 primeros años exportaremos aproximadamente 12.000 unidades mensuales para cubrir el total de la demanda, incrementando las ventas en un 0.5% cada año, dado que el impulso exigido por nuestro producto requiere atención aplicaremos las siguientes estrategias de promoción en los

primeros 5 años así:

- Dar a conocer el producto en el punto de venta (Muestras).
- Publicidad en el punto de venta.
- Continuar con las actividades de diferentes comunidades LGBT, como las fiestas electrónicas.
- Publicidad en Internet, principalmente en los sitios más leídos por los Marroquíes.
- Como un objetivo a mediano plazo, crearíamos una página web más completa de donde promocionaríamos el producto, información de dónde encontrarlo, como utilizarlos.

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1. Objetivos de producción

Objetivo General: Tener las instalaciones, maquinaria y personal idóneo para garantizar la producción.

Objetivos a corto plazo (6 meses a 1 año)

- Realizar un Plan de medición de métodos y tiempos (relación de cada una de las actividades con el fin de reducir el tiempo de ocio de los operarios)
- Estandarizar la secuencia de operaciones

Objetivos de Mediano Plazo (1 año a 5 años)

- Mejorar los procesos productivos y administrativos para reducir costos e incentivar las confecciones como potencial exportador
- Obtener rentabilidad para dar una mejor vida útil y permanencia a la empresa.

Objetivos a Largo plazo (5 a 10 años)

- Incrementar las ganancias en un 10%, con la diversificación de la línea de productos dirigida a otros mercados objetivos
- Posicionar la marca convirtiéndonos en su mejor proveedor de confecciones Colombianas

5.2. Descripción del proceso de producción

Figura 4. Herramientas



Fuente: Elaboración propia.

Equipos, herramientas: Máquina de coser, cortadora, fileteadora, perforadora, plancha, moldes, reglas, tejeras, agujas, croché, cinta métrica, pesas, tizas de colores, etc.

Proceso de producción

Diseño: Se diseña el modelo y de acuerdo a ello se elaboran los moldes de cartón, teniendo en cuenta las tallas y medidas, se usan reglas de patronaje.

Selección de material: Las telas se seleccionan de acuerdo al artículo y al modelo que se va a confeccionar.



Trazo: Se tiende la tela en una mesa y sobre ella se colocan los moldes maximizando la superficie a cortar. Se traza sobre la tela utilizando los moldes y tizas de colores.



Corte de tela.- Se procede a cortar la tela según el trazo realizado usando una tijera. Cuando se necesita una suficiente cantidad de piezas del mismo tamaño, se utiliza una cortadora eléctrica manual para cortar todo el bloque según el trazo realizado encima.



Habilitado: Se preparan todas las piezas y accesorios necesarios para la prenda.

Costura: Se unen las piezas cosiendo con una máquina de coser, a veces es necesario hilvanar las partes para facilitar la costura.

Fileteado: Se Filetean los bordes de las costuras para evitar que se deshilachen en el futuro.

Acabado.- Se cortan y cosen los ojales, se pegan los botones, los cierres, los bolsillos, etc., en algunos casos se decoran partes del vestido o poniendo detalles, finalmente se cortan los hilos sobresalientes.

Confección de prendas de vestir.

Video: [PROCESO DE PRODUCCION ROPA INTIMA CAROL AVI - YouTube](#)

5.3. Capacidad de producción

De acuerdo a las instalaciones, maquinaria y el recurso humano nuestra capacidad de producción puede llegar a ser 20.000 unidades mes, teniendo en cuenta que para llegar a esto debemos realizar contrataciones temporales y crear un turno adicional.

Cabe anotar que esto solo aplica para pedidos puntuales ya que dentro de las condiciones normales de la producción siempre la llevamos a 12.000 unidades mes.

5.4. Plan de Producción

Nuestro presupuesto de producción es:

- 12.000 unidades por mes
- 36.000 unidades por trimestre
- 144.000 unidades al año

5.5. Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1. Locaciones

Área del local: 150 mts, 10 metros de frente por 12 metros de fondo por 2,10 metros de altura.

Arriendo: \$ 1.500.000 mensual

Estamos ubicados tanto la planta de producción como las oficinas administrativas en el Barrio Estadio en la Carrera 73 No. 50 – 28 en la Ciudad de Medellín – Colombia. Debido al punto estratégico para el abastecimiento de la materia prima por parte de nuestros proveedores.

Tabla 10. Costos de Adecuaciones

Item	Descripción	Valor
1	Adecuación Física. (1)	\$ 3.000.000
2	Adecuación instalaciones eléctricas	\$ 600.000
3	Adecuación Seguridad Industrial	\$ 500.000
		\$ 4.100.000

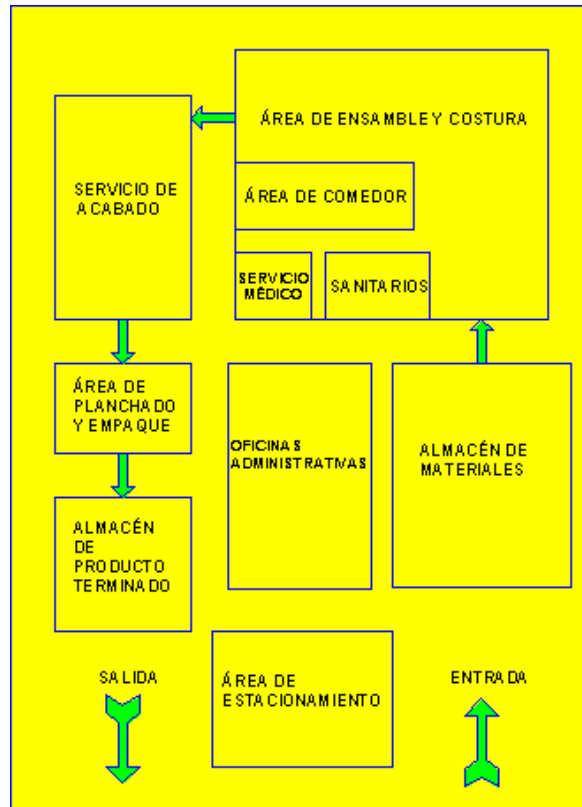
Fuente: Elaboración propia.

Bosquejo general de su distribución interna:

- Almacén de materiales
- Área de ensamble y costura
- Área de acabado
- Área de planchado y empaque
- Almacén de producto terminado
- Oficinas administrativas

- Área de comedor
- Servicio médico
- Sanitarios

Figura 5. Locaciones



Fuente: Elaboración propia.

5.5.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Tabla 11. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Maquinaria	Cantidad	Precio Unitario	Proveedor
Máquinas industriales de costura recta	5	\$ 1,800,000	MAQUINAS ANTIOQUIA
Máquinas fileteadoras	2	\$ 900,000	MAQUINAS ANTIOQUIA
Máquinas de corte en bloque	2	\$ 1,500,000	MAQUINAS ANTIOQUIA
Planchas semi industriales	2	\$ 1,200,000	MAQUINAS ANTIOQUIA
Desmanchadora	2	\$ 800,000	MAQUINAS ANTIOQUIA
Etiquetadora	2	\$ 550,000	MAQUINAS ANTIOQUIA
Herramientas (Cuchilas , reglas, moldes, etc)	20	\$ 300,000	EL PUNTO DEL HILO
Estanterías	8	\$ 90,000	HOME CENTER
Maquinaria	Cantidad	Precio Unitario	Proveedor
Escritorios	3	\$ 150,000	HOME CENTER
Sillas (Administrativos)	3	\$ 90,000	HOME CENTER
Sillas	13	\$ 90,000	HOME CENTER
Archivador	1	\$ 250,000	HOME CENTER
Computador	3	\$ 1,500,000	SOLUCIONES JP
Impresoras	1	\$ 120,000	SOLUCIONES JP
Mesa de dibujo	1	\$ 300,000	HOME CENTER

Fuente: Elaboración propia.

Características de las Máquinas de Coser

Nuestras máquinas de coser integran diversas técnicas excelentes para realizar prácticas de costura profesionales.

a) Para integrar con la parte inferior, aguja y transporte alterno superior.

Las características de la máquina de suministro de síntesis son muy robustas; también ofrece materiales de costura concisos para otorgar estabilidad a la costura, especialmente en el área del peso mediano.

- b) Para adaptar el gancho rotativo grande para aumentar la eficiencia de la costura.
- c) Para equipar con el acoplamiento de seguridad según nuestra autoridad nacional, el mismo puede evitar que el gancho rotativo cause destrucción y rote fuera de control en el tiempo.
- d) Para mejorar el accionamiento de la barra de aguja de aleación especial y para estabilizar la costura, la tolerancia de rectificación y se aumente la vida de la máquina.
- e) El pie prensador se eleva hasta 15mm, adecuado para que materiales esponjosos sean más fáciles de coser.
- f) La pintura de la máquina es pintura segura baja en plomo, no tóxica y no dañina y conforme a los estándares mundiales de protección ambiental.

Figura 6. Máquina de Coser



Fuente: Imágenes de google

Ficha técnica máquina de coser

Tipo: CW-268-1ª, Máquina de Coser Industrial Acolumnado a Dos Hilos de Brazo.

Especificaciones:

- **Longitud máxima de la puntada:** 7mm
- **Sistema de agujas:** DP*35(134-35)
- **Use hilo de coser:** Hilo de núcleo sintético#0~#20
- **Longitud de recorrido de la barra de la aguja:** 34mm
- **Velocidad máxima de costura:** 1700/min
- **Altura del pie prensador:** 16mm

5.5.3. Requerimientos de materiales e insumos.

Tabla 12. Requerimientos de materia e insumos

Insumo	Proveedor	Precio
Tela	FABRICATO y COLTEJER	\$ 9.000 (promedio)
Mesa Madera	Home Center	\$300.000 (unidad)
Hilos	El Punto del Hilo	\$ 1.200 (madeja)
Sustancia desinfectante	Frotex S.A.S	\$80.000
Sillas	Home Center	\$ 90.000
Escritorios	Home Center	\$ 150.000

Fuente: Elaboración propia.

5.5.4. Requerimientos de servicios.

Tabla 13. Requerimientos de Servicios

Servicio	Descripción	Proveedor	Precio /Mes
Energía	EPM		\$ 679.798
Acueducto	EPM		\$ 74.918
Mantenimiento	De la maquinaria requerida para la producción	ANTIOQUEÑA DE MAQUINAS	\$500.000
	Mantenimiento de sistemas	SOLUCIONES JP	\$ 200.000
Arrendamiento	Bodega	Arrendamientos Santa Fe	\$ 1.500.000

Fuente: Elaboración propia.

5.5.5. Requerimientos de personal.

Tabla 14. Gerente profesional en administración.

COSTO PARA LA EMPRESA			
	Items	Base / Empleado	Total
Salario base	Salario 2.500.000	2.500.000	\$ 2.500.000,00
	Subsidio de transporte\$ 67800		
Prestaciones Sociales	Prima de servicios 8.33%	8,3333%	\$ 208.333,33
	Cesantías 8.33%	8,3333%	\$ 208.333,33
	Intereses a la cesantías 1%	1%	\$ 25.000,00
	Vacaciones 4.17%	4,17%	\$ 104.166,67
Aportes Seguridad Social	Pensión 12 %	12%	\$ 300.000,00
	Salud 8.5%	8,50%	\$ 212.500,00

	Riesgos Profesionales	0,5220%	\$ 13.050,00
Parafiscal es	Parafiscales 9% (Sena 2%, ICBF 3% y Cajas Comp Familiar 4%)	9%	\$ 225.000,00
	Costo Mensual Trabajador		\$ 3.796.383,33

Prestaciones Sociales

Total prestaciones sociales(\$): \$ 545.833,33

Aportes Seguridad Social

Total aportes seguridad social \$ 512.500,00

Fuente: Elaboración propia

COSTO PARA EL EMPLEADO			
	ITEMS	BASE / EMPLEADO	TOTAL
Salario base	Salario MMLV \$2.500.000	2.500.000	\$ 2.500.000,00
	Subsidio de transporte\$ 67800		
Prestaciones Sociales	Prima de servicios	0,0000%	\$ -
	Cesantías	0,0000%	\$ -
	Intereses a la cesantías	0%	\$ -
	Vacaciones	0,00%	\$ -
Aportes Seguridad Social	Pensión 4%	4%	\$ 72.000,00
	Salud 4%	4,00%	\$ 72.000,00
Parafiscales	Parafiscales	0%	\$ -
	Salario Percibido por el empelado		\$ 2.356.000,00

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 15. Jefe comercial tecnólogo o profesional en
mercadeo y ventas**

COSTO PARA LA EMPRESA			
	ITEMS	BASE / EMPLEADO	TOTAL
Salario base	Salario 1.800.000	1.800.000	\$ 1.800.000,00
	Subsidio de transporte\$ 67800		
Prestaciones Sociales	Prima de servicios 8.33%	8,3333%	\$ 150.000,00
	Cesantías 8.33%	8,3333%	\$ 150.000,00
	Intereses a la cesantías 1%	1%	\$ 18.000,00
	Vacaciones 4.17%	4,17%	\$ 75.000,00
Aportes Seguridad Social	Pensión 12 %	12%	\$ 216.000,00
	Salud 8.5%	8,50%	\$ 153.000,00
	Riesgos Profesionales	0,5220%	\$ 9.396,00
Parafiscal es	Parafiscales 9% (Sena 2%, ICBF 3% y Cajas Comp Familiar 4%)	9%	\$ 162.000,00
	Costo Mensual Trabajador		\$ 2.733.396,00

Prestaciones Sociales

Total prestaciones sociales(\$): \$ 393.000,00

Aportes Seguridad Social

Total aportes seguridad social \$ 369.000,00

Fuente: Elaboración propia.

COSTO PARA EL EMPLEADO			
	ITEMS	BASE / EMPLEADO	TOTAL
Salario base	Salario MMLV \$1.800.000	1.800.000	\$ 1.800.000,00
	Subsidio de transporte\$ 67800		
Prestaciones Sociales	Prima de servicios	0,0000%	\$ -
	Cesantías	0,0000%	\$ -
	Intereses a la cesantías	0%	\$ -
	Vacaciones	0,00%	\$ -
Aportes Seguridad Social	Pensión 4%	4%	\$ 72.000,00
	Salud 4%	4,00%	\$ 72.000,00

Parafiscales	Parafiscales	0%	\$ -
		Salario Percibido por el empleado	\$ 1.656.000,00

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 16. Jefe comercio exterior: tecnólogo o profesional
en comercio exterior**

COSTO PARA LA EMPRESA			
	ITEMS	BASE / EMPLEADO	TOTAL
Salario base	Salario 1.800.000	1.800.000	\$ 1.800.000,00
	Subsidio de transporte \$ 67800		
Prestaciones Sociales	Prima de servicios 8.33%	8,3333%	\$ 150.000,00
	Cesantías 8.33%	8,3333%	\$ 150.000,00
	Intereses a la cesantías 1%	1%	\$ 18.000,00
	Vacaciones 4.17%	4,17%	\$ 75.000,00
Aportes Seguridad Social	Pensión 12 %	12%	\$ 216.000,00
	Salud 8.5%	8,50%	\$ 153.000,00
	Riesgos Profesionales	0,5220%	\$ 9.396,00
Parafiscal es	Parafiscales 9% (Sena 2%, ICBF 3% y Cajas Comp Familiar 4%)	9%	\$ 162.000,00
		Costo Mensual Trabajador	\$ 2.733.396,00

Prestaciones Sociales

Total prestaciones sociales(\$): \$ 393.000,00

Aportes Seguridad Social

Total aportes seguridad social \$ 369.000,00

Fuente: Elaboración propia.



COSTO PARA EL EMPLEADO			
	ITEMS	BASE / EMPLEADO	TOTAL
Salario base	Salario MMLV \$2.500.000	2.500.000	\$ 2.500.000,00
	Subsidio de transporte \$ 67800		
Prestaciones Sociales	Prima de servicios	0,0000%	\$ -
	Cesantías	0,0000%	\$ -
	Intereses a la cesantías	0%	\$ -
	Vacaciones	0,00%	\$ -
Aportes Seguridad Social	Pensión 4%	4%	\$ 72.000,00
	Salud 4%	4,00%	\$ 72.000,00
Parafiscales	Parafiscales	0%	\$ -
Salario Percibido por el empleado			\$ 2.356.000,00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 17. Diseñador: profesional en diseño de modas

COSTO PARA LA EMPRESA			
	ITEMS	BASE / EMPLEADO	TOTAL
Salario base	Salario 1.800.000	1.800.000	\$ 1.800.000,00
	Subsidio de transporte\$ 67800		
Prestaciones Sociales	Prima de servicios 8.33%	8,3333%	\$ 150.000,00
	Cesantías 8.33%	8,3333%	\$ 150.000,00
	Intereses a la cesantías 1%	1%	\$ 18.000,00
	Vacaciones 4.17%	4,17%	\$ 75.000,00
Aportes Seguridad Social	Pensión 12 %	12%	\$ 216.000,00
	Salud 8.5%	8,50%	\$ 153.000,00
	Riesgos Profesionales	0,5220%	\$ 9.396,00
Parafiscal es	Parafiscales 9% (Sena 2%, ICBF 3% y Cajas Comp Familiar 4%)	9%	\$ 162.000,00
	Costo Mensual Trabajador		\$ 2.733.396,00

Prestaciones Sociales

Total prestaciones sociales(\$): \$ 393.000,00

Aportes Seguridad Social

Total aportes seguridad social \$ 369.000,00

Fuente: Elaboración propia.

COSTO PARA EL EMPLEADO			
	ITEMS	BASE / EMPLEADO	TOTAL
Salario base	Salario MMLV \$2.500.000	2.500.000	\$ 2.500.000,00
	Subsidio de transporte\$ 67800		
Prestaciones Sociales	Prima de servicios	0,0000%	\$ -
	Cesantías	0,0000%	\$ -
	Intereses a la cesantías	0%	\$ -
	Vacaciones	0,00%	\$ -
Aportes Seguridad Social	Pensión 4%	4%	\$ 72.000,00
	Salud 4%	4,00%	\$ 72.000,00
Parafiscales	Parafiscales	0%	\$ -
		Salario Percibido por el empleado	\$ 2.356.000,00

Tabla 18. Operario cortador: técnico en producción

COSTO PARA LA EMPRESA			
	ITEMS	BASE / EMPLEADO	TOTAL
Salario base	Salario 700.000	700.000	\$ 700.000,00
	Subsidio de transporte\$ 67800	67.800	\$ 67.800,00
Prestaciones Sociales	Prima de servicios 8.33%	8,3333%	\$ 63.983,33
	Cesantías 8.33%	8,3333%	\$ 63.983,33
	Intereses a la cesantías 1%	1%	\$ 7.678,00
	Vacaciones 4.17%	4,17%	\$ 29.166,67
Aportes Seguridad Social	Pensión 12 %	12%	\$ 84.000,00
	Salud 8.5%	8,50%	\$ 59.500,00
	Riesgos Profesionales	0,5220%	\$ 3.654,00
Parafiscal es	Parafiscales 9% (Sena 2%, ICBF 3% y Cajas Comp Familiar 4%)	9%	\$ 63.000,00
	Costo Mensual Trabajador		\$ 1.142.765,33

Prestaciones Sociales

Total prestaciones sociales(\$): \$ 164.811,33

Aportes Seguridad Social

Total aportes seguridad social \$ 143.500,00

Fuente: Elaboración propia.

COSTO PARA EL EMPLEADO			
	ITEMS	BASE / EMPLEADO	TOTAL
Salario base	Salario MMLV \$700.000	700.000	\$ 700.000,00
	Subsidio de transporte \$ 67800	67.800	\$ 67.800,00
Prestaciones Sociales	Prima de servicios	0,0000%	\$ -
	Cesantías	0,0000%	\$ -
	Intereses a la cesantías	0%	\$ -
	Vacaciones	0,00%	\$ -
Aportes Seguridad Social	Pensión 4%	4%	\$ 28.000,00
	Salud 4%	4,00%	\$ 28.000,00
Parafiscales	Parafiscales	0%	\$ -
Salario Percibido por el empleado			\$ 711.800,00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 19. Operario maquina textil son 5: operario de producción

COSTO PARA LA EMPRESA			
	ITEMS	BASE / EMPLEADO	TOTAL
Salario base	Salario 700.000	700.000	\$ 700.000,00
	Subsidio de transporte\$ 67800	67.800	\$ 67.800,00
Prestaciones Sociales	Prima de servicios 8.33%	8,3333%	\$ 63.983,33
	Cesantías 8.33%	8,3333%	\$ 63.983,33
	Intereses a la cesantías 1%	1%	\$ 7.678,00
	Vacaciones 4.17%	4,17%	\$ 29.166,67
Aportes Seguridad Social	Pensión 12 %	12%	\$ 84.000,00
	Salud 8.5%	8,50%	\$ 59.500,00
	Riesgos Profesionales	0,5220%	\$ 3.654,00
Parafiscal es	Parafiscales 9% (Sena 2%, ICBF 3% y Cajas Comp Familiar 4%)	9%	\$ 63.000,00
	Costo Mensual Trabajador		\$ 1.142.765,33

Prestaciones Sociales

Total prestaciones sociales(\$):	\$	164.811,33
----------------------------------	----	------------

Aportes Seguridad Social

Total aportes seguridad social	\$	143.500,00
--------------------------------	----	------------

Fuente: Elaboración propia.



COSTO PARA EL EMPLEADO			
	ITEMS	BASE / EMPLEADO	TOTAL
Salario base	Salario MMLV \$700.000	700.000	\$ 700.000,00
	Subsidio de transporte \$ 67800	67.800	\$ 67.800,00
Prestaciones Sociales	Prima de servicios	0,0000%	\$ -
	Cesantías	0,0000%	\$ -
	Intereses a la cesantías	0%	\$ -
	Vacaciones	0,00%	\$ -
Aportes Seguridad Social	Pensión 4%	4%	\$ 28.000,00
	Salud 4%	4,00%	\$ 28.000,00
Parafiscales	Parafiscales	0%	\$ -
Salario Percibdo por el empelado			\$ 711.800,00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 20. Oficios generales

		COSTO PARA LA EMPRESA	
		ITEMS	BASE / EMPLEADO
		TOTAL	
Salario base	Salario 600.000	600.000	\$ 600.000,00
	Subsidio de transporte\$ 67800	67.800	\$ 67.800,00
Prestaciones Sociales	Prima de servicios 8.33%	8,3333%	\$ 55.650,00
	Cesantías 8.33%	8,3333%	\$ 55.650,00
	Intereses a la cesantías 1%	1%	\$ 6.678,00
	Vacaciones 4.17%	4,17%	\$ 25.000,00
Aportes Seguridad Social	Pensión 12 %	12%	\$ 72.000,00
	Salud 8.5%	8,50%	\$ 51.000,00
	Riesgos Profesionales	0,5220%	\$ 3.132,00
Parafiscal es	Parafiscales 9% (Sena 2%, ICBF 3% y Cajas Comp Familiar 4%)	9%	\$ 54.000,00
		Costo Mensual Trabajador	\$ 990.910,00

Prestaciones Sociales

Total prestaciones sociales(\$): \$ 142.978,00

Aportes Seguridad Social

Total aportes seguridad social \$ 123.000,00

Fuente: Elaboración propia.

COSTO PARA EL EMPLEADO			
	ITEMS	BASE / EMPLEADO	TOTAL
Salario base	Salario MMLV \$600.000	600.000	\$ 600.000,00
	Subsidio de transporte \$ 67800	67.800	\$ 67.800,00
Prestaciones Sociales	Prima de servicios	0,0000%	\$ -
	Cesantías	0,0000%	\$ -
	Intereses a la cesantías	0%	\$ -
	Vacaciones	0,00%	\$ -
Aportes Seguridad Social	Pensión 4%	4%	\$ 24.000,00
	Salud 4%	4,00%	\$ 24.000,00
Parafiscales	Parafiscales	0%	\$ -
Salario Percibdo por el empleado			\$ 619.800,00

Fuente: Elaboración propia.

5.6. Programa de producción

Tabla 21. Actividades Pre - operativas:

ACTIVIDAD	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8
Compra de Equipos								
Acondicionamiento de trabajo								
Contratación de Personal								
Diseño de Productos								
Selección de Proveedores								
Compra de Insumos y materias primas								
ACTIVIDAD	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8
Elaboración del Producto								
Ventas								

Fuente: Elaboración propia.

Actividades Operativas: Tenemos 2 turnos de trabajo, el primero de 7:00 de la mañana a 15:00 horas y el segundo, de las 15:00 a 22:30 horas.

Al inicio del día, se verifica la asistencia de personal, las condiciones del equipo principal, accesorios y utensilios requeridos para la confección. Una vez realizado lo anterior, el jefe de turno coordina el inicio de las operaciones del proceso. Al terminar cada actividad, se continúa con otra, por lo que no se pierde la continuidad en el mismo, tal como se indicó en la explicación a detalle del proceso productivo.

En el transcurso del día, el encargado del control de calidad realizará muestreos del producto, verificándolo periódicamente.

Al mediodía, se les proporciona una hora a los trabajadores del primer turno para que procedan a tomar sus alimentos.

A las 15:00 horas se efectúa el cambio de turno, en el cual el jefe de turno verifica las actividades realizadas, de manera tal que se continúen las labores de una forma continua.

A las 19:00 horas se proporciona una hora a los trabajadores del segundo turno para tomar sus alimentos y tener un pequeño descanso.

Al finalizar el día, se evalúa el cumplimiento de las metas establecidas, implementando los mecanismos que considere necesarios para solucionar los problemas presentados.

Al finalizar el segundo turno, se efectúan las operaciones de limpieza diaria de los equipos y utensilios empleados en el día, actividad que realizan los propios operadores de los equipos. En limpieza se utilizan limpiadores normales.

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1. Procesos Administrativos

Tabla 22. Descripción de los procesos administrativos

Área Funcional	Funciones
Gerencia	<ul style="list-style-type: none">- Planear y desarrollar la misión, la visión y los objetivos a corto, mediano y largo plazo.- Organizar y coordinar las demás áreas funcionales de la empresa, incluyendo los recursos.- Acoplar y armonizar las actividades cotidianas de las áreas de la empresa de manera que exista coherencia entre ellas y que estas sumen hacia el cumplimiento de los objetivos establecidos.- Autorizar toda actividad financiera que se ejecute.- Generar los puestos de trabajo requeridos para el buen funcionamiento de la organización y los respectivos salarios.- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.- Analizar los informes de las áreas.- Supervisar el rendimiento de la empresa para medir y asegurarse del cumplimiento de los objetivos.- Seguir de cerca los resultados obtenidos cada mes para controlar el cumplimiento de los objetivos y elaborar estrategias para lograr o sobrepasar las metas establecidas.

<p>Área De Producción</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Coordinar la recepción en fábrica de la materia prima e insumos. - Determinar el modelo del proceso de producción. - Establecer los estándares necesarios para cumplir con los requerimientos y especificaciones en términos de calidad, manejo de inventarios, unidades producidas, entre otros. - Cumplir con los pedidos requeridos. - Establecer la cantidad de insumos y materia prima requerida para elaborar un lote de producción. - Supervisar todo el proceso de producción y reportar al área de dirección general cualquier eventualidad. - Coordinar los materiales, herramientas, mano de obra e instalaciones de la empresa para optimizar la producción en la medida de lo posible - Realizar informes periódicos referentes a los avances de la producción para ser presentados al área de dirección general - Informar sobre los niveles de inventario al jefe de logística para coordinar su aprovisionamiento.
<p>Área De Ventas Y Comercio Internacional</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar estudios de mercado que permita evidenciar las tendencias de consumo a nivel internacional, canales de distribución y la competencia, así como también detectar nuevos mercados. - Elaborar y diseñar estrategias de promoción y publicidad que cumplan con los objetivos propuestos. - Establecer los objetivos de mercadeo. - Preparar los presupuestos destinados tanto para la promoción y publicidad internacional. - Diseñar planes de acción que permitan ejecutar las estrategias junto con los recursos necesarios, las personas responsables, los tiempos y la inversión requerida. - Diseñar la presentación del producto en cuanto a las características y atributos físicos. - Tomar decisiones relacionadas con la marca, el servicio al cliente y lanzamiento de nuevos productos. - Gestionar y coordinar las estrategias que estén relacionadas con el manejo de inventarios, medios de transporte, almacenamiento y canales de distribución. - Responsables de negociar precios tanto de compra de materia prima e insumos como de venta del producto terminado, así como de establecer los plazos de pago y fechas de entrega. - Establecer políticas de precio en cuanto a descuentos, ofertas, promociones etc. - Establecer y evaluar pronósticos de venta.

Área de Ventas y Comercio Internacional	<ul style="list-style-type: none"> - Preparar respuestas que atiendan a cotizaciones de precios, consultas y trámites de pedido. - Preparación de envíos, selección de medios de transporte y entrega de productos. - Establecer contacto con los clientes a nivel internacional. - Controlar los planes de acción y estrategias de mercadeo establecidas y asegurarse que se estén desarrollando tal y como se planeó.
Área Administrativa y Financiera	<ul style="list-style-type: none"> - Administrar los recursos financieros de la empresa para realizar operaciones de compra de materias primas, insumos, maquinaria, equipos y demás enseres, así como el pago de salarios y demás insumos de planta. - Buscar y evaluar fuentes de financiamiento para la empresa tales como créditos, prestamos entre otros, que permitan el sostenimiento y liquidez de la empresa. - Buscar y evaluar opciones en las que la empresa pueda invertir tales como: adquisición de nuevos equipos y/o inmuebles, propiedades, inversión en el mercado bursátil, entre otros. - Determinar los costos financieros de la empresa con la ayuda de métodos objetivos y así determinar la viabilidad de las inversiones. - Efectuar los pagos salariales a cada empleado. - Analizar los estados financieros de la empresa con el fin de obtener información valiosa para la toma de decisiones - Controlar y analizar los costos fijos y variables de la empresa en relación al valor de producción con propósito de asignar al producto un precio competitivo y rentable. - Administrar los recursos inherentes al área administrativa de la empresa, tales como implementos de aseo, de papelería, servicios de vigilancia entre otros. - Manejo del archivo administrativo y contable. - Aprobar la facturación realizada por el área de gestión internacional. - Elaborar reportes financieros para el área de dirección general. - Administrar y autorizar préstamos para empleados. - Coordinar y evaluar la contratación de personal cuando sea necesario. - Programar actividades recreativas para motivar a los trabajadores.

Fuente: Elaboración propia



6.1.1. Procesos Administrativos Externalizados

Proceso Administrativo Externalizado	Funciones Generales	Proveedor Del Servicio	Costo
Área Contable	<ul style="list-style-type: none"> - Preparación, elaboración y revisión de estados financieros, del sistema de información contable, de libros de contabilidad y actividades conexas - Elaborar las declaraciones de impuestos de retención en la fuente, remesas, industria y comercio e IVA y velar por su oportuno pago y presentación. - Atender y dar respuesta a los requerimientos que las entidades de control y vigilancia envíen. - Velar por la adecuada conservación y archivo de los soportes de la información contable y los libros auxiliares y oficiales conforme a las normas legales vigentes. - La realización de arqueos a caja menor, caja principal, caja en dólares, tarjetas de teléfonos, cheques. - Revisión mensual de la nómina y pagos de aportes de seguridad social. - Registrar todas las operaciones causadas en la empresa. 	A y C Revisoría Fiscal Especialistas en Outsourcing de Nómina, Recursos Humanos y Contabilidad Calle 52 47 – 28 Edificio La Ceiba Ofc. 1125 Tel: 511 85 41	\$ 2.500.000
Publicidad (Logos, Etiquetas, Brochure)	<ul style="list-style-type: none"> - Impresión Digital Láser, Impresión Litográfica (Revistas, Libros, Brochures, Folletos, Volantes, Agendas, Material P.O.P.) Copias Blanco y Negro, Afiches, Scanner, Laminación, Encuadernación 	Impresiones Finas Calle 24 No. 43F-42 Tel: 4444338	\$655.200
Agencia De Aduanas	<ul style="list-style-type: none"> - Intermediación aduanera integral, incluyendo la elaboración y revisión de la Declaración de Exportación. 	AVIATUR S.A Calle 33 No. 42B - 06 Of. 901 C.C. San Diego Torre Sur. Tel: 2695310	\$829.000
Vigilancia	Alarma y Monitoreo	Miro Seguridad	\$3.596.774

Fuente: Elaboración propia



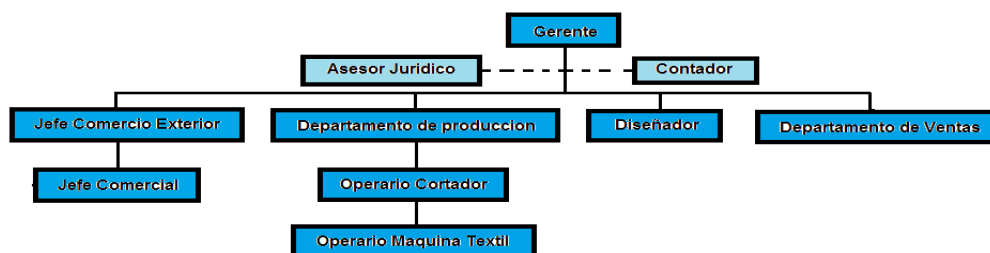
6.1.2. Procesos Administrativos Externalizados

6.2. Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1. Organigrama

La empresa Sentido G S.A.S. tiene el siguiente organigrama para la designación interna y externa de la funcionalidad de la misma. es la representación gráfica de la estructura de la organización, distribuida por departamentos o áreas funcionales para las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competenciales de vigor en la empresa, como un modelo abstracto y sistemático, que permite obtener una idea uniforme acerca de la estructura formal de la misma. para mayor claridad se muestra el esquema de “Sentido G S.A.S”.

Figura 7. Organigrama



Fuente: Juan Esteban Moreno López.

6.2.2. Descripción funcional de la Organización

Gerente General: Requiere disponer de todos los elementos necesarios para poder llevar a cabo la actividad que se ha propuesto, gracias a los medios materiales y humanos.

Como funciones básicas del Departamento de Administración de la empresa podemos destacar cuatro:

- Secretaría.
- Documentación.
- Archivo.
- Informática.

Departamento Financiero: Se encarga de controlar los fondos de la empresa. Básicamente podemos dividirla en dos funciones: la de tesorería y la contable, que, como veremos al exponer sus funciones, están íntimamente relacionadas.

La tesorería se encarga de:

- Presupuesto y control presupuestario.
- Previsiones de cobros y pagos.
- Caja
- Bancos
- Cartera
- Inversiones a corto, medio y largo plazo.

- Contabilidad se ocupa de:
- Contabilidad General:
- Cuenta de pérdidas y ganancias.
- Balances mensuales.
- Cuenta de caja y bancos.
- Mano de obra:
- Salarios.
- Comisiones.
- Primas y otros incentivos.
- Gastos desplazamiento.
- Seguridad social.
- Impuestos y retenciones.
- Valoración por elementos de producción.
- Inventariado de materiales y equipos.
- Gastos generales:
- Plan de valoración.
- Definición del coste de producto.

El Departamento Comercial.: Este departamento divide sus funciones en dos grandes grupos: compras y ventas.

La función de compras consiste fundamentalmente en el contacto con los proveedores, ya que de las buenas relaciones con ellos se pueden obtener grandes ventajas, como mejoras en los precios y cumplimiento de las fechas de entrega. Está muy relacionado con el control de stocks de primeras materias: un fallo de comunicación entre ambos puede llevar a una compra excesiva o deficiente, lo que nos llevaría a un problema de costes, a realizar una inversión deficiente.

La función de ventas pasa por varias fases previas:

- Estudio de mercado.
- Publicidad

- Coordinación comercial:
- Distribución de muestrarios.
- Contactos con vendedores.
- Diseño de rutas.

A partir de ahí comienza el verdadero trabajo de venta y, una vez realizadas estas, se tiene una serie de informaciones que serán las que posteriormente van a servir para desarrollar la actividad de la empresa.

El departamento comercial, por tanto, lleva a cabo los siguientes trabajos:

- Compras:
- Contactos con proveedores.
- Contactos con almacén de primeras materias.
- Fichero de proveedores.
- Cuentas de proveedores.
- Documentación
- Colecciones y muestrarios de primeras materias.
- Estudio de mercados:
- Prospección (Captación de clientes).
- Publicidad y marketing.
- Ventas:
- Representantes. Control de los mismos.
- Fichero de clientes.
- Recepción de pedidos.
- Tramitación de pedidos.
- Vigilancia de plazos de entrega.
- Cuentas de clientes.
- Relación con almacén de productos acabados.
- Expedición y entrega.

Departamento de Creación: Este departamento desarrolla su trabajo en el taller, pasa por distintas fases:

Diseño: Consiste en la creación o búsqueda de modelos, ya sea por medio del diseño propio, de revistas especializadas, de asistencia a ferias de moda o de viajes a los centros más importantes de la moda. A continuación se busca el género más adecuado para cada prenda, las fornituras, etc. Por último, se realizan los patrones base de cada modelo.

Estudios de Creación: Esta fase comienza con la confección de la prenda prototipo, haciendo la estimación de tiempos de producción. Se realiza el cálculo de materias primas, se escandallan los prototipos, se realizan las modificaciones necesarias y, por último, se aprueba el modelo y se comienza a elaborar el muestrario.

Patronaje y Estudio de Marcadas: Se realizan todos los patrones, junto a sus correspondientes escalados por talla, y se estudia la distribución de los mismos (estudio de marcada) para cada uno de los modelos, de acuerdo con las características del género y las órdenes de pedido que facilite el Departamento Comercial.

Muestrario: Una vez realizadas todas las fases anteriores, se realiza el muestrario dependiendo del número de vendedores y de los clientes que deseen tener un muestrario propio, como suelen solicitarlo los Grandes Almacenes.

Es muy importante la fecha de salida del muestrario, ya que las futuras ventas pueden estar muy relacionadas con la anticipación del envío del mismo respecto a la competencia.

Luego serán funciones propias del Departamento de Creación:

- Diseño.
- Búsqueda de materiales.
- Patrones base.
- Prenda prototipo
- Cálculo de materias.
- Patronaje y escalados.
- Estudio de marcadas.
- Realización de muestrarios.

Programación: Esta función consiste en el diseño y ordenación de las pautas a seguir en el proceso productivo. Recopila los datos necesarios del resto de los departamentos y toma las decisiones respecto al proceso que mejor pueda cumplir con las previsiones de todos ellos.

Métodos y Tiempos: Se encarga de definir, estudiar y mejorar los métodos de trabajo y establecer los tiempos para cada operación y, en general de la mejora de la productividad. Establece los estudios necesarios para la definición de primas u otros incentivos de trabajo y para realizar el equilibraje de la cadena.

Taller de Mantenimiento: Se encarga de realizar el estudio de maquinaria y accesorios necesarios para el proceso productivo, así como de las mejoras posibles que se puedan incorporar. Para ello el personal debe estar constantemente informado de los avances tecnológicos del mercado y mantener una colaboración

constante con la Sección de Métodos y Tiempos.

En las grandes empresas también se incluye la reparación de las averías de la maquinaria y las instalaciones, aunque en la actualidad este servicio suele contratarse con alguna empresa externa.

Gestión de Calidad: Consiste en adecuar el nivel de calidad de nuestro producto a las exigencias del mercado a que va destinado, con el fin de evitar devoluciones y gastos innecesarios.

Las decisiones que se tomen respecto a la calidad influyen en otras Secciones y departamentos como Métodos y Tiempos, Costes, etc.

Departamento de Producción.

Este es el Departamento que se encarga de fabricar los productos para su venta. Se divide esencialmente en tres funciones:

Control de producción:

- Preparación de trabajo.
- Lanzamiento a producción.
- Entregas a almacenes.
- Servicio de material y utillaje.
- Fichero de material
- Planning.
- Control de rendimientos.
- Fabricación:
- Talleres auxiliares.

- Corte.
- Preparación y Termofijado.
- Confección.
- Remate.
- Plancha y Acabados.
- Almacenes:
- Materias Primas.
- Productos Acabados.
- Utillaje y Accesorios.

6.3. Recursos materiales y humanos para la administración

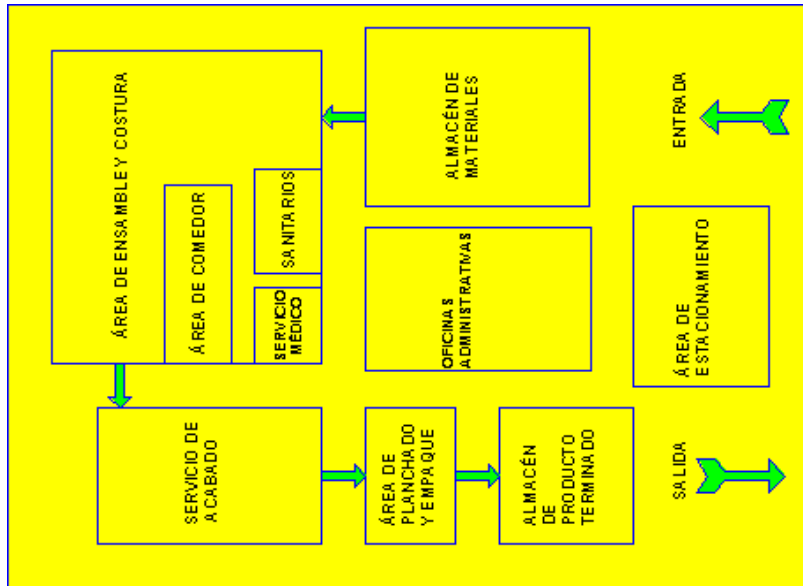
6.3.1. Locaciones

Área del local: 150 mts, 10 metros de frente por 12 metros de fondo por 2,10 metros de altura.

Arriendo: \$ 1.500.000 mensual

Estamos ubicados tanto la planta de producción como las oficinas administrativas en el Barrio Estadio en la Carrera 73 No. 50 – 28 en la Ciudad de Medellín – Colombia. Debido al punto estratégico para el abastecimiento de la materia prima por parte de nuestros proveedores.

Figura 8. Bosquejo general de su distribución interna



Fuente: Elaboración propia.

- Almacén de materiales
- Área de ensamble y costura
- Área de acabado
- Área de planchado y empaque
- Almacén de producto terminado
- Oficinas administrativas
- Área de comedor
- Servicio médico
- Sanitarios

Nota: El área administrativa tiene un área total de 60mt y el resto que corresponde

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

Tabla 23. Requerimiento de equipos, software, muebles y enseres

Equipo, Mueble O Enseres	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Proveedor
Equipos de Cómputo con Software incluidos	Simply SDKCS1901S Computador Celeron	3	\$ 1.200.000	\$ 3.600.000	Soluciones JP
Impresora Multifuncional	IMPRESORA LASER HP. HEWLETT PACKARD	1	\$ 140.000	\$ 140.000	Soluciones JP
Teléfonos	Teléfono Alámbrico de Escritorio Panasonic	3	\$ 29.900	\$ 89.700	Homecenter Sodimac Colombia S.A (Medellín, Col)
Central telefónica IP PBX	Red telefónica privada para compartir un número definido de líneas telefónicas para poder realizar llamadas externas	1	\$ 1.141.216	\$ 1.141.216	MaicrotelLtda
Escritorios de Oficina	Escritorio cedro con cajón.	3	\$ 249.900	\$ 749.700	HomecenterSodimac Colombia S.A (Medellín, Col)

Sillas de Oficina	Office Chair Silla secretarial neumática fucsia	3	\$ 44.900	\$ 134.700	HomecenterSodimac Colombia S.A (Medellín, Col)
Extintores	Araní Extintor multipropósito 30 libras ABC	1	\$ 39.900	\$ 39.900	HomecenterSodimac Colombia S.A (Medellín, Col)
Nevera	Hace Nevera Hace no frost 2 puertas 235 litros	1	\$ 798.900	\$ 798.900	HomecenterSodimac Colombia S.A (Medellín, Col)
Cafetera	Cafetera de metal Hamilton Beach con capacidad de 42 tazas	1	\$ 119.900	\$ 119.900	HomecenterSodimac Colombia S.A (Medellín, Col)
Horno Microonda	Haceb Horno microondas 1,1 Haceb 1000 w con dorador	1	\$ 199.900	\$ 199.900	HomecenterSodimac Colombia S.A (Medellín, Col)
Canecas de Basura	Caneca de vaivén Capacidad: 10 Litros. Marca Extra	5	\$ 16.500	\$ 49.500	HomecenterSodimac Colombia S.A (Medellín, Col)

Fuente: Elaboración propia

Nota: Ver anexos (Cotización)

6.3.3. Requerimientos de materiales de oficina.

Equipo, Mueble O Enseres	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Proveedor
Archivadores A-Z 3"	5	\$ 4.100	\$ 20.500	PAPYSER
Caja Gancho Legajadores Plasticos	3	\$ 2.800	\$ 8.400	PAPYSER
Cajas Gancho Cosedora	3	\$ 2.030	\$ 6.090	PAPYSER
Corrector Liq.BotellaPaper Mate	4	\$ 1.550	\$ 6.200	PAPYSER
Cosedora Rank 570	4	\$ 18.380	\$ 73.520	PAPYSER
Pega Stick 20 Gr.	5	\$ 1.220	\$ 6.100	PAPYSER
Cajas de lapiceros Paper Mate	2	\$ 2.400	\$ 4.800	PAPYSER
Portaminas 0,7 Pentel Fiesta	5	\$ 2.348	\$ 11.740	PAPYSER
Regla 30 Cms.	4	\$ 1.225	\$ 4.900	PAPYSER
Resaltadores Rosados	5	\$ 1.061	\$ 5.305	PAPYSER
Resaltadores Azules	5	\$ 1.061	\$ 5.305	PAPYSER
Resaltadores Verdes	5	\$ 1.061	\$ 5.305	PAPYSER
Resaltadores Amarillos	5	\$ 1.061	\$ 5.305	PAPYSER
Sobre De Manila 22x29 Carta	10	\$ 60	\$ 600	PAPYSER
Sobre De Manila 25x35 Oficio	10	\$ 65	\$ 650	PAPYSER
Tijera	5	\$ 500	\$ 2.500	PAPYSER
Post-ItFilingTabs - Lengueticas Separadoras X 4 Unidades	6	\$ 2.230	\$ 13.380	PAPYSER
Huellero Sencillo	3	\$ 5.301	\$ 15.903	PAPYSER
Resma	5	\$ 7.200	\$ 36.000	PAPYSER

Fuente: Elaboración propia.

Nota: A la espera de Cotización

Tabla 24. Requerimiento de Aseo

Equipo, Mueble O Enseres	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Proveedor
Ambientador aerosol Brizze Manza	5	\$ 3.732	\$ 18.660	PAPYSER
Azúcar x 5GR Incauca/Próvida x200 sobres	10	\$ 2.600	\$ 26.000	PAPYSER
Blanqueador x2000ml Blancox	3	\$ 3.800	\$ 11.400	PAPYSER
Bolsa plástica 65x90 negra. Caja x 12	10	\$ 1.674	\$ 16.740	PAPYSER
Café molido x2500GR	5	\$ 30.100	\$ 150.500	PAPYSER
Crema limpiadora Frotos x500GR	4	\$ 7.450	\$ 29.800	PAPYSER
Desinfectante Ajax x1000	5	\$ 4.107	\$ 20.535	PAPYSER
Escoba	3	\$ 3.550	\$ 10.650	PAPYSER
Esponja de malla	10	\$ 950	\$ 9.500	PAPYSER
Filtro de tela para cafetera	100	\$ 50	\$ 5.000	PAPYSER
Guantes domésticos (pares)	8	\$ 2.540	\$ 20.320	PAPYSER
Jabón líquido de manos x800cc	6	\$ 15.617	\$ 93.702	PAPYSER
Jabón platos crema x1000GR	5	\$ 5.080	\$ 25.400	PAPYSER
Limpiavidrios x3000cc	2	\$ 5.870	\$ 11.740	PAPYSER
Papel higiénico x12	20	\$ 1.400	\$ 28.000	PAPYSER
Trapero	3	\$ 8.550	\$ 25.650	PAPYSER
Vaso desechable 10 Onza. X25 blanco	20	\$ 960	\$ 19.200	PAPYSER
Vaso vidrio 11 onza.	\$ 20	\$ 1.210	\$ 24.200	PAPYSER

Fuente: Elaboración propia.

6.3.4. Requerimientos de servicios.

Tabla 25. Requerimientos de Servicios

Servicio	Descripción	Proveedor	Precio
Vigilancia	Vigilancia las 24 horas (Alarma y Monitoreo)	Miro Seguridad	\$3.596.774 mensuales
Energía	EPM		\$ 367.99 x 1847.33KWh promedio consumido \$679798
Telefonía: Telefonía Avanzada (IP) Plan Ilimitado	UNE		\$91.962 Mensual plan ilimitado
Internet: Plan 10Mbps Internet Plus – Fibra Óptica			\$63.684 Mensual
Acueducto	EPM		68.3m3 consumo promedio x \$1096.90: \$74918
Mantenimiento	Mantenimiento de sistemas	Soluciones JP	\$250.000
Transporte	Para el aprovisionamiento de la materia prima	Fabricato, Coltejer, Textiles y Textiles	\$200.000
Seguros	Pólizas	liberty S.A	1.344.836
Arrendamiento	Bodega	Barrio Estadio Medellín - Antioquia	\$ 1.500.000 mensual

Fuente: Elaboración propia.

6.3.3 Requerimientos de personal

Tabla 25. Requerimiento de Personal

Concepto Servicio	Capacitación	Perfil	Salario	Factor Prestacional
Administrador	N/A	Para este cargo se necesita una persona entre los 30 y 40 años de edad que cumpla con los siguientes aspectos: Tener entre 3 y 5 años de experiencia en un cargo similar, Manejar un nivel de inglés del 90%, Habilidad para el trabajo en equipo, Ser emprendedor y Tener buena comunicación, Destacarse como líder dentro del equipo, Empaparse del funcionamiento integral de todas las áreas de la empresa.	2,500,000	52%
Jefe de Ventas o Comercial	N/A	Para este cargo se necesita hombre o mujer entre los 25 y 30 años de edad que cumpla con los siguientes aspectos: Tener mínimo 1 año de experiencia en un cargo similar, Persona activa y proactiva, Capacidad de liderazgo y de emprendimiento, Persona espontanea, seria y elocuente, Que demuestre habilidad para la toma de decisiones, Alta habilidad de investigación de mercados, Alta habilidad de persuasión y negociación, Que se caracterice por ser una persona honesta, culta, critica, Que se caracterice por su practicidad y optimización de tiempos y recursos, Capacidad para gestionar soluciones inmediatas.	1,800,000	52%

Jefe Comercio Exterior	N/A	Para este cargo se necesita hombre o mujer entre los 25 y 30 años de edad que cumpla con los siguientes aspectos: Tener mínimo 1 año de experiencia en un cargo similar, Persona activa y proactiva, Capacidad de liderazgo y de emprendimiento, Persona espontanea, seria y elocuente, Que demuestre habilidad para la toma de decisiones, Capacidad para elaborar estrategias de penetración de mercados internacionales, Alta habilidad de investigación de mercados, Alta habilidad de persuasión y negociación, Que se caracterice por ser una persona honesta, culta, critica, que se caracterice por su practicidad y optimización de tiempos y recursos, Capacidad para gestionar soluciones inmediatas, Habilidad en el manejo de sistemas de información logísticos	1,800,000	52%
Diseñador	N/A	Para este cargo se necesita hombre o mujer entre los 25 y 30 años de edad que cumpla con los siguientes aspectos: Tener mínimo 1 año de experiencia en un cargo similar, Persona activa y proactiva, Capacidad de liderazgo y de emprendimiento, creativa y de mente abierta para la fácil creación de prendas que ayuden a la diversificación de la línea de la empresa.	1,800,000	52%
Operario cortador	Control de calidad	Para este cargo se necesita hombre entre los 25 y 35 años de edad que cumpla con los siguientes aspectos: Tener mínimo 2 año de experiencia en el cargo, comprometido con su deber, trabajo bajo presión e impulsado al logro.	700,000	53%

Operario maquina textil	Control de calidad	Para este cargo se necesita hombre o mujer entre los 18 y 35 años de edad que cumpla con los siguientes aspectos: Tener mínimo 2 años de experiencia en el cargo, comprometido con su deber, trabajo bajo presión e impulsado al logro.	700,000	53%
Oficios generales	N/A	Para este cargo se necesita mujer entre los 18 y 25 años de edad que cumpla con los siguientes aspectos: Tener mínimo 1 año de experiencia en el cargo, comprometida con su deber.	600,000	53%

Fuente: Elaboración propia

6.4. Programa de administración

Tabla 26. Programa de Administración

Semanas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Previsión												
Planeación												
Organización												
Dirección												
Control												
Proyección												

Fuente: Elaboración propia.

7. ASPECTOS LEGALES

7.1. Tipo de Organización empresarial

SENTIDO G S.A.S. será una Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S.

Sociedad por Acciones Simplificada

Con la entrada en vigencia de la Ley 1258 de 2008, ya no se podrá constituir una Sociedad Unipersonal y, en cambio, se deberá establecer la denominada Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), constituida por una o varias personas naturales o jurídicas (micro, pequeña, mediana o gran empresa), en la que los asociados solo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.

La constitución y operación de la SAS podrán hacerse con cualquier monto de capital social y número de empleados. Este tipo de sociedad se constituye mediante documento privado registrado ante la Cámara de Comercio. En este documento se debe definir el nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan, así como el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.

- Salvo excepciones de ley, no se exige revisor fiscal. Las certificaciones y dictámenes contables las emite un contador público (art. 1°, Decreto 2020 de 2009).
- La constitución de junta directiva es opcional.
- La SAS puede tener vigencia indefinida.
- El objeto social de la SAS puede ser indeterminado

Características de la Sociedad por Acciones

- No se exige revisor fiscal. Las certificaciones y dictámenes contables las emite un contador público. (Art. 1 del Decreto 2020 de 2009)
- Tipo societario autónomo
- La constitución de junta directiva es opcional.
- Puede tener vigencia indefinida.
- Su objeto social puede ser indeterminado.
- Naturaleza comercial.
- Es una sociedad de capitales.
- Considerable autonomía contractual.
- Las accionistas responden hasta el monto de sus aportes.
- Estructura de capitalización flexible.
- Simplificación de los trámites de constitución.
- Prohibición de acceder al mercado público de valores.

Cámara de Comercio de Bogotá. (2009. Diciembre).

7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

Tramite	Descripción	Documentos Soporte	Entidad	Costo
Consulta de nombre (control de homonimia)	(RUE –Registro Único Empresarial–) Comprobar si el nombre que se le desea poner a la empresa no está siendo utilizado	No aplica (Véase en la Figura No. 1. Consulta Registro Único Empresarial)	Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia	No tiene costo
Consulta de clasificación por actividad económica - código CIU	Para clasificar la actividad económica que va realizar la empresa	http://virtuales.camaramed.org.co/consultas/ciiu.html http://www.camaramedellin.com.co/servicios_virtuales/ius.html	Página Cámara de Comercio de Medellín	No tiene costo
Inscripción en el Registro Único Tributario y posterior obtención del NIT	Registro en la DIAN o en la Cámara de comercio, pues permite realizar los dos procedimientos	Se requiere tener a disposición los documentos e información relativa a la identificación, constitución, representación, establecimientos de comercio, y demás documentos pertinentes dependiendo de las características del obligado y las responsabilidades que tenga frente a la DIAN.	DIAN/Cámara de comercio	De acuerdo al valor de los activos y en este caso es \$289000
Inscripción en el Registro Público Mercantil.	En este documento se consignan por escrito los aspectos jurídicos y económicos de los comerciantes, con el fin de mantener actualizada la información del comerciante y sus actividades.	Persona jurídica: formularios de matrícula diligenciados y firmados, escritura de constitución o documento privado, inscripción o pre-inscripción en el RUT, cartas de aceptación de cargos de las personas nombradas.	Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia.	\$62.000

Matrícula Industria y Comercio Municipal	El impuesto de Industria y Comercio es un gravamen de carácter obligatorio, que recae sobre todas las actividades industriales, comerciales, de servicios y financieras, que se ejerzan o realicen dentro de los municipios del departamento de Antioquia, que se cumplan en forma permanente u ocasional, en inmuebles determinados, con establecimiento o sin ellos.	Copia de la cédula y los formularios de inscripción.	La Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia tiene convenio con la Secretaría de Hacienda del Municipio de Medellín-Subsecretaría de Rentas Municipales.	No tiene costo.
Certificado de Existencia y Representación Legal	Documento obligatorio por medio del cual se constituye una sociedad jurídica. Estableciendo el monto del capital y el representate legal.	RUT, Registro Mercantil	Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia	\$ 4.500
Certificado de Bomberos	Para esto, solicita en forma verbal o escrita, una visita al negocio, la cual será realizada por el Inspector quien revisará que el establecimiento cumpla con las normas de seguridad exigidas (Extintores de H2O, Co2, espuma, buenas instalaciones eléctricas, etc.) y llena un formato de revisión del establecimiento (gratuito) y entrega el original y se lleva una copia.	Certificado de ubicación. Impuesto de Industria y comercio	Estación de Bomberos (cuarta Brigada)	Esto es de acuerdo a los metros cuadrados de la empresa para la nuestra cuesta \$198.000



Condiciones sanitarias establecidas	El comerciante debe acreditar el cumplimiento de las exigencias sanitarias de la Ley 9a. de 1979 y sus decretos reglamentarios. Si el comerciante lo requiere, puede solicitar la expedición de un concepto sanitario, resultado de la evaluación técnica de las condiciones sanitarias del establecimiento.	No se requiere ningún tipo de documentación.	Secretaría de Salud del Municipio de Medellín.	El valor será liquidado al momento de presentar la solicitud de acuerdo con la actividad económica y ubicación del establecimiento de comercio.
Registro de los libros contables.	Se Envían los libros contables y se mandan a enumerar según libros enviados.	Estar al día en la renovación y la carta de solicitud firmada por el propietario del establecimiento de comercio o representante legal. Solamente se pueden registrar libros en blanco.	Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia	El registro de los libros cuesta 10.200 y cada hoja adicional 90
Obligaciones laborales y de seguridad social con sus trabajadores	Seguridad Social: EPS, ARL, pensión. Pago de parafiscales. Salarios	Formulario de la entidad	Entidad de salud EPS y aseguradora de riesgos profesionales ARP.	No tiene costo
Solicitud de autorización para numeración de Facturación – Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN.	Se debe solicitar autorización para la numeración de las facturas que debe imprimir	Resolución de Autorización para numeración de facturación.	Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN.	No tiene costo

Diligenciamiento y presentación de declaraciones tributarias nacionales ante la DIAN.	Se relaciona la declaración o recibo de pago con inconsistencias y los documentos generados dentro del proceso por la entidad (Retefuente cada mes, IVA bimestral mes vencido)	Formulario en página de la Dian.	DIAN	Depende de los movimientos contables de la empresa
Registro de marca-Superintendencia de Industria y Comercio (SIC).	Registro de marcas	<ul style="list-style-type: none"> -Formulario (Petitorio) debidamente diligenciado y firmado - Recibo de consignación - Certificado de existencia y representación legal - Toda la documentación debe estar debidamente numerada y legajada en una carpeta de color amarillo, marcada con los siguientes datos: Nombre y domicilio del solicitante; Nombre de la marca Clase del producto o servicio y Nombre del representante legal o apoderado, si es del caso 	Superintendencia de Industria y Comercio o a través de la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia.	\$546.000, con vigencia de diez años. Si esta diligencia se hace por Internet, el microempresari o tendrá un descuento adicional de 5%, por lo cual solo pagaría \$509.600

Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá. (2009. Diciembre).

Licencia Sanitaria De la clasificación de los establecimientos

Según el artículo 3 de la licencia sanitaria de la clasificación de los establecimientos, para efectos de la aplicación de la presente resolución de la empresa Sentido G S.A.S, es un establecimiento de bajo riesgo, por el tipo de materiales que se manejan a la hora de elaborar los productos, además de pertenecer al sector industrial y textil, este registro sanitario tiene un precio aproximado de \$60.000, el tiempo para su expedición es de una hora aproximadamente.

8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1. Estructura Financiera del Proyecto

8.1.1. Recursos Propios

Los recursos aportados por los socios serán destinados para los Gastos Pre-operativos:

Tabla 26. Recursos Propios por Socio

Socio	Valor del Aporte
Catalina Restrepo Montoya	\$ 38.000.000 (Vehículo)
Marta Sánchez Rojas	\$ 7.000.000
Juan Esteban Moreno López	\$ 7.000.000

Fuente: elaboración propia

Tabla 27. Recursos Propios

Activos Fijos Disponibles	Valor
Vehículos	\$ 38,000,000.0
Total Activos Fijos Disponibles	\$ 38,000,000.0

Gastos Pre operativos Disponibles	Valor
Adecuaciones Locativas	\$ 4,100,000.0
Presentación y Promoción (Catalogo)	\$ 655,200.0
Viaje y representación	\$ 8,000,000.0
Publicidad y Promoción	\$ 500,000.0
Gastos de Registro	\$ 365,700.0
Certificados de salud y Bomberos	\$ 198,000.0
Total Gasto Pre operativos Disponible	\$ 13,818,900.0

Fuente: elaboración propia

Tabla 28. Inversión Total Disponible

Inversión Total Disponible	\$ 51,818,900
-----------------------------------	----------------------

Fuente: Tabla de Análisis Financiero

Los demás recursos serán adquiridos por medio de crédito financiero otorgado por Bancolombia S.A.

8.1.2. Créditos y Préstamos Bancarios

Tabla 29. Crédito Bancario

Entidad	Bancolombia S.A
Monto del préstamo	\$ 139.103.393
Interés (Efectivo mensual)	2,10%
Plazo (Meses)	60
Modalidad del préstamo	Mes vencido

Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los recursos serán adquiridos por medio de crédito financiero, otorgado por Bancolombia S.A., podemos observar la información de la entidad por el monto solicitado, la tasa de interés en un periodo mensual y el plazo para cancelar el préstamo en 60 meses cuota fija.

Tabla 30. Tasas de Interés

Fuente: Bancolombia, www.bancolombia.com, 2013

Tasas

	Tasa fija		Tasa Variable	
	MV	EA	MV	EA
Preferencial	1,05%	13,35%	7,50%	7,97%
Personal Plus	2,10%	28,32%	18,00%	20,28%
Personal	2,28%	31,07%	20,00%	23,10%
Emprendedor	2,08%	28,02%	18,73%	21,46%

Las tasas anteriores aplican para los plazos desde 12 meses hasta 60 meses.

La tasa Efectiva Anual total se calcula usando la siguiente Formula: $(1 + \text{DTF E.A.})^* (1 + \text{Puntos Básicos EA})$

DTF: Tasa promedio ponderada de las captaciones en certificados de Depósito a Término CDTs a 90 días, de los bancos, las corporaciones financieras y las compañías de financiamiento comercial. Generalmente, esta tasa se da en modalidad trimestre anticipado. Su cálculo es semanal y refleja la tasa de interés promedio ponderada de los CDTs a 90 días realizadas la semana inmediatamente anterior a su periodo de vigencia.

Tabla 31. Amortización de crédito

Tabla de Amortización Prestamo (Mensual)				
Periodo	Cuota Prestamo	Intereses	Capital	Saldo
0				\$ 139,103,393
1	\$ 4,099,195	\$ 2,921,171	\$ 1,178,024	\$ 137,925,369
2	\$ 4,099,195	\$ 2,896,433	\$ 1,202,762	\$ 136,722,607
3	\$ 4,099,195	\$ 2,871,175	\$ 1,228,020	\$ 135,494,587
4	\$ 4,099,195	\$ 2,845,386	\$ 1,253,809	\$ 134,240,778
5	\$ 4,099,195	\$ 2,819,056	\$ 1,280,139	\$ 132,960,639
6	\$ 4,099,195	\$ 2,792,173	\$ 1,307,022	\$ 131,653,618
7	\$ 4,099,195	\$ 2,764,726	\$ 1,334,469	\$ 130,319,149
8	\$ 4,099,195	\$ 2,736,702	\$ 1,362,493	\$ 128,956,656
9	\$ 4,099,195	\$ 2,708,090	\$ 1,391,105	\$ 127,565,550
10	\$ 4,099,195	\$ 2,678,877	\$ 1,420,318	\$ 126,145,232
11	\$ 4,099,195	\$ 2,649,050	\$ 1,450,145	\$ 124,695,087
12	\$ 4,099,195	\$ 2,618,597	\$ 1,480,598	\$ 123,214,489
13	\$ 4,099,195	\$ 2,587,504	\$ 1,511,691	\$ 121,702,798
14	\$ 4,099,195	\$ 2,555,759	\$ 1,543,436	\$ 120,159,362
15	\$ 4,099,195	\$ 2,523,347	\$ 1,575,848	\$ 118,583,513
16	\$ 4,099,195	\$ 2,490,254	\$ 1,608,941	\$ 116,974,572
17	\$ 4,099,195	\$ 2,456,466	\$ 1,642,729	\$ 115,331,843
18	\$ 4,099,195	\$ 2,421,969	\$ 1,677,226	\$ 113,654,616
19	\$ 4,099,195	\$ 2,386,747	\$ 1,712,448	\$ 111,942,168
20	\$ 4,099,195	\$ 2,350,786	\$ 1,748,409	\$ 110,193,759
21	\$ 4,099,195	\$ 2,314,069	\$ 1,785,126	\$ 108,408,633
22	\$ 4,099,195	\$ 2,276,581	\$ 1,822,614	\$ 106,586,019
23	\$ 4,099,195	\$ 2,238,306	\$ 1,860,889	\$ 104,725,130
24	\$ 4,099,195	\$ 2,199,228	\$ 1,899,967	\$ 102,825,163
25	\$ 4,099,195	\$ 2,159,328	\$ 1,939,867	\$ 100,885,297
26	\$ 4,099,195	\$ 2,118,591	\$ 1,980,604	\$ 98,904,693
27	\$ 4,099,195	\$ 2,076,999	\$ 2,022,196	\$ 96,882,496
28	\$ 4,099,195	\$ 2,034,532	\$ 2,064,663	\$ 94,817,834
29	\$ 4,099,195	\$ 1,991,175	\$ 2,108,021	\$ 92,709,813
30	\$ 4,099,195	\$ 1,946,906	\$ 2,152,289	\$ 90,557,524
31	\$ 4,099,195	\$ 1,901,708	\$ 2,197,487	\$ 88,360,037
32	\$ 4,099,195	\$ 1,855,561	\$ 2,243,634	\$ 86,116,403
33	\$ 4,099,195	\$ 1,808,444	\$ 2,290,751	\$ 83,825,652
34	\$ 4,099,195	\$ 1,760,339	\$ 2,338,856	\$ 81,486,796
35	\$ 4,099,195	\$ 1,711,223	\$ 2,387,972	\$ 79,098,824
36	\$ 4,099,195	\$ 1,661,075	\$ 2,438,120	\$ 76,660,704
37	\$ 4,099,195	\$ 1,609,875	\$ 2,489,320	\$ 74,171,384
38	\$ 4,099,195	\$ 1,557,599	\$ 2,541,596	\$ 71,629,788
39	\$ 4,099,195	\$ 1,504,226	\$ 2,594,969	\$ 69,034,818
40	\$ 4,099,195	\$ 1,449,731	\$ 2,649,464	\$ 66,385,354
41	\$ 4,099,195	\$ 1,394,092	\$ 2,705,103	\$ 63,680,252
42	\$ 4,099,195	\$ 1,337,285	\$ 2,761,910	\$ 60,918,342
43	\$ 4,099,195	\$ 1,279,285	\$ 2,819,910	\$ 58,098,432
44	\$ 4,099,195	\$ 1,220,067	\$ 2,879,128	\$ 55,219,304
45	\$ 4,099,195	\$ 1,159,605	\$ 2,939,590	\$ 52,279,715
46	\$ 4,099,195	\$ 1,097,874	\$ 3,001,321	\$ 49,278,394
47	\$ 4,099,195	\$ 1,034,846	\$ 3,064,349	\$ 46,214,045
48	\$ 4,099,195	\$ 970,495	\$ 3,128,700	\$ 43,085,345
49	\$ 4,099,195	\$ 904,792	\$ 3,194,403	\$ 39,890,942
50	\$ 4,099,195	\$ 837,710	\$ 3,261,485	\$ 36,629,457
51	\$ 4,099,195	\$ 769,219	\$ 3,329,976	\$ 33,299,480
52	\$ 4,099,195	\$ 699,289	\$ 3,399,906	\$ 29,899,574
53	\$ 4,099,195	\$ 627,891	\$ 3,471,304	\$ 26,428,270
54	\$ 4,099,195	\$ 554,994	\$ 3,544,201	\$ 22,884,069
55	\$ 4,099,195	\$ 480,565	\$ 3,618,630	\$ 19,265,439
56	\$ 4,099,195	\$ 404,574	\$ 3,694,621	\$ 15,570,819
57	\$ 4,099,195	\$ 326,987	\$ 3,772,208	\$ 11,798,611
58	\$ 4,099,195	\$ 247,771	\$ 3,851,424	\$ 7,947,187
59	\$ 4,099,195	\$ 166,891	\$ 3,932,304	\$ 4,014,882
60	\$ 4,099,195	\$ 84,313	\$ 4,014,882	\$ 0

Fuente: Tabla de Análisis Financiero

Podemos observar la amortización del préstamo por valor de \$139.103. 393 con una cuota fija mensual de \$4.099.195 correspondiente al abono de interés y abono a capital, teniendo en cuenta que el abono interés disminuye mientras el abono a Capital aumenta mes a mes, en un periodo de 60 meses para ser cancelado en su totalidad.

8.2. Ingresos y Egresos

8.2.1. Ingresos

8.2.1.1. Ingresos Propios del Negocio.

Tabla 32. Ingresos Propios

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO			
Ventas			Participación del total Ventas
PRODUCTOS	CAT 07 NACIONALES	\$ 18,090,610.0	10.00%
	CAT 08 NACIONALES	\$ 18,090,610.0	10.00%
	CAT 09 NACIONALES	\$ 18,091,000.0	10.00%
	CAT 10 NACIONALES	\$ 18,091,000.0	10.00%
	CAT 11 NACIONALES	\$ 18,091,000.0	10.00%
	CAT 07 EXPORTACION	\$ 18,090,610.0	10.00%
	CAT 08 EXPORTACION	\$ 18,090,610.0	10.00%
	CAT 09 EXPORTACION	\$ 18,090,610.0	10.00%
	CAT 10 EXPORTACION	\$ 18,090,610.0	10.00%

	CAT 11 EXPORTACION	\$ 18,090,610.0	10.00%
	VENTAS TOTALES (VT)	\$ 180,907,270.1	100.00%

Fuente: Tabla de Análisis Financiero

Podemos identificar que los Ingresos propios de la Empresa se encuentran en un consolidado de venta de 10 productos, los cuales tiene una participación individual del 10% y un precio de venta unitario de \$ 18.090 , con una producción mensual de 12.000 unidades, ventas de Exportación de un 30% equivalentes a 4.000 unidades, teniendo en cuenta que para el envío (Exportación) el pedido mínimo son 1.000 unidades y el 70% se vende en el mercado Nacional en nuestros puntos de venta (Distribución Directa).

Tabla 33. Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO TOTAL					
Producto o Servicio	Cantidad a Vender por Mes	Costo Variable Unitario/CMV	Precio de Venta Unitario	Costo Variable Total	Venta Total
CAT 07 NACIONALES	1,000	\$ 1,920.00	\$ 18,090.61	\$ 1,920,000.00	\$ 18,090,610.02
CAT 08 NACIONALES	1,000	\$ 1,920.00	\$ 18,090.61	\$ 1,920,000.00	\$ 18,090,610.00
CAT 09 NACIONALES	1,000	\$ 1,920.00	\$ 18,091.00	\$ 1,920,000.00	\$ 18,091,000.00
CAT 10 NACIONALES	1,000	\$ 1,920.00	\$ 18,091.00	\$ 1,920,000.00	\$ 18,091,000.00
CAT 11 NACIONALES	1,000	\$ 1,920.00	\$ 18,091.00	\$ 1,920,000.00	\$ 18,091,000.00
CAT 07 EXPORTACION	1,000	\$ 7,971.25	\$ 18,090.61	\$ 7,971,250.01	\$ 18,090,610.02
CAT 08 EXPORTACION	1,000	\$ 7,971.25	\$ 18,090.61	\$ 7,971,250.01	\$ 18,090,610.02
CAT 09 EXPORTACION	1,000	\$ 7,971.25	\$ 18,090.61	\$ 7,971,250.01	\$ 18,090,610.02
CAT 10 EXPORTACION	1,000	\$ 7,971.25	\$ 18,090.61	\$ 7,971,250.01	\$ 18,090,610.02
CAT 11 EXPORTACION	1,000	\$ 7,971.25	\$ 18,090.61	\$ 7,971,250.01	\$ 18,090,610.02
VALORES TOTALES				\$ 49,456,250.04	\$ 180,907,270.11

Fuente: Tabla de Análisis Financiero

Podemos observar como los costos variables para los productos de Exportación incrementan por todos los procesos en los que interviene hasta llegar a su destino final, así mismo visualizamos que para alcanzar Punto de Equilibrio Total, es decir cubrir todos los gastos y costos debemos vender 10.000 unidades al mes (1.000 unds por referencia) lo que genera un total de ventas de \$180.907.270.

Tabla 34. Punto de equilibrio por producto

PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO			
Margen Contribución Unitario	Participación Ventas	Punto Equilibrio (Unidades)	Punto Equilibrio (Pesos)
\$ 16,170.61	10.00%	281.95	\$ 5,100,702.78
\$ 16,170.61	10.00%	281.95	\$ 5,100,702.78
\$ 16,171.00	10.00%	281.95	\$ 5,100,799.68
\$ 16,171.00	10.00%	281.95	\$ 5,100,799.68
\$ 16,171.00	10.00%	281.95	\$ 5,100,799.68
\$ 10,119.36	10.00%	450.56	\$ 8,150,858.89
\$ 10,119.36	10.00%	450.56	\$ 8,150,858.89
\$ 10,119.36	10.00%	450.56	\$ 8,150,858.89
\$ 10,119.36	10.00%	450.56	\$ 8,150,858.89
\$ 10,119.36	10.00%	450.56	\$ 8,150,858.89

Fuente: Tabla de Análisis Financiero

En cuanto al Punto de Equilibrio por Producto: las ventas serian de 282 unds por referencia mes en producto Nacional y 451 unds por referencia mes en producto

Exportación, cabe anotar que al ser los costos variables más altos para los productos de Exportación el Margen de Contribución unitario es menor pasando de un margen para producto Nacional de \$16.171 a un margen de contribución de Exportación de \$10.119, obteniendo como resultado un Punto de Equilibrio diferente.

8.2.1.2. Otros Ingresos

La empresa no tendrá otros ingresos diferentes a la producción y exportación de los productos ofrecidos.

8.2.2. Egresos

8.2.2.1. Inversiones

(Ver Tabla 35)

Tabla 35. Inversiones del negocio

INVERSIONES (EXIGIBLES y DISPONIBLES)			
Inversiones	Exigibles (Valor)	Disponible	Requerimiento Financiero
Activos Fijos	\$ 72,708,332.0	\$ 38,000,000.0	\$ 34,708,332.0
Gastos Pre operativos	\$ 13,818,900.0	\$ 13,818,900.0	\$ 0.0
Capital de Trabajo	\$ 156,213,961.1	\$ 0.0	\$ 156,213,961.1
Total Requerimientos Financieros			\$ 190,922,293.1

Fuente: Tabla de Análisis Financiero

- Los activos fijos corresponden al Amueblamiento de la oficina y planta así:
- Equipos de cafetería
- Equipos de informática y Telecomunicaciones
- Maquinaria
- Herramientas

La compra de estos, será cubierta en su totalidad con el préstamo realizado por Bancolombia.

- Los gastos pre-operativos son para adecuaciones locativas, presentación y promoción, viaje de representación y constitución y registro.
- Estos serán cubiertos con los recursos propios aportados por cada socio.
- El capital de Trabajo es para la cobertura de los costos variables de producción, administración y comercialización al igual que para cubrir las cuentas por pagar y las cuentas por cobrar.



8.2.2.2. Costos

Tabla 36. Costos Totales

RESUMEN COSTOS		
Cuenta	Valor	Participación
Total Costos Variables	\$ 49,456,250.0	52.03%
Total Costos fijos de producción	\$ 11,707,637.0	12.32%
Total Costos fijos de administración	\$ 21,595,820.0	22.72%
Total Costos fijos de Comercialización y Ventas	\$ 12,290,367.0	12.93%
Costos Totales	\$ 95,050,074.0	100.00%

Fuente: Tabla de Análisis Financiero

Podemos identificar la participación de cada uno de los costos, analizando cual o cuáles son los costos que tienen más influencia y pueden ser reformados dentro de la empresa:

- Costos variables equivalen a \$49.456.250 que representan los costos de logística de la Exportación de los productos.

- Costos Fijos de Administración representados así:

Salario de: Gerente 2.500.000, Jefe de Comercio Exterior 1.800.000, Diseñador 1.800.000 y oficios varios 600.000

Prestaciones Sociales de: Gerente 545.843, Jefe de Comercio Exterior 393.000, Diseñador 393.000 y oficios varios 142.978

Aportes Seguridad Social: Gerente 512.500, Jefe de Comercio Exterior 369.000, Diseñador 369.000, Ofc Varios para un total de 1.373.500 y Parafiscales Gerente 225.000, Jefe de Comercio Exterior 162.000, Diseñador 162.000, ofc varios 54.000 para un total de 603.000

Auxilio de Transporte Oficios Varios 67.800

Papelería (Ver cuadro del trabajo 6.3.3.)

Mantenimiento Equipos (ver tabla del trabajo punto 6.3.4.)

Seguro Póliza Excedente del valor total 1.344.836

Vigilancia proporcional 60mt2 de un total de 3.596.774

Cafetería y Aseo (Ver tabla del trabajo del punto 6.3.3.)

Equipo, Muebles y Enseres (ver tabla del trabajo del punto 6.3.2.)

Servicios proporcional 60mt2 de un total 846.678

- Costos fijos Comercialización y Ventas representados así:

Salario de 6 operarios cada uno 700.000

Prestaciones sociales 6 operarios cada uno 164.811

Aportes seguridad social: 6 operarios cada uno 143.500 para un total de 861.000

+ Parafiscales: 6 operarios cada uno 63.000 para un total de 378.000

Arriendo 90MT2 para producción equivalente a los 150 M2 de la empresa

Servicios proporcional a 90MT2 de un total de servicios de 846.678(sin Internet que solo aplica para el área admón.)

Auxilio de Transporte 6 operarios cada uno 67.800

Mantenimiento de Maquinaria (operarios)

Vigilancia proporcional a 90MT2 de un total de 3.596.774

Seguro Póliza proporcional a 90MT2 de un total de 1.344.836

Salario del Jefe Comercial 1,800,000

Creación de la página web 500,000\12

Equipos, muebles y enseres (1 Computador 1.200.000+ 1 tel.29.900+ 1 escritorio 249.900+ 1 silla 44.900)

Gastos de Representación (6.800.000 tiquetes + 1.200.000 Alojamiento y alimentación- viaje a Marruecos)

8.2.2.3. Gastos

Gastos Administrativos y legales

Tabla 37. Costos Administración

COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES	
Salarios	\$ 6.700.000
Prestaciones Sociales	\$ 1.474.805
Aport. la seguridad social + Parafiscales	\$ 1.976.500
Auxilio de Transporte (Ofc Varios)	\$ 67.800
Papelería	\$ 212.003
Mantenimiento (Equipos de Oficina)	\$ 200.000
Seguros Póliza	\$ 537.934
Vigilancia	\$ 1.438.710
Cafetería y Aseo	\$ 546.997
Equipo Muebles y Enseres	\$ 5.538.716
Servicios	\$ 338.671
Internet	\$ 63.684
Área Contable	\$ 2.500.000
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 21.595.820

Fuente: Tabla de Análisis Financiero

Logramos visualizar los Gastos fijos de Administración equivalente a la suma de todos los factores y lo que envuelve sostener esta dependencia de la empresa, teniendo en cuenta que existen items más representativos y sensibles para replantear como pueden ser:

- Salarios y prestaciones sociales: para lo cual es pertinente entrar a revisar cada una de las funciones de cada proceso e identificar dentro de condiciones normales y no de recarga laboral si alguno de los procesos se pueden fusionar logrando disminuir costos.
- Vigilancia: revisar en el mercado que otras opciones nos pueden ofrecer o hacer alianzas con vecinos del sector para lograr conseguir un paquete mucho económico.

8.2.2.4. Gastos Distribución y Ventas

Tabla 38. Costos Distribución y Ventas

COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	
Salarios	\$ 1.800.000
Prestaciones Sociales	\$ 393.000
Aportes seguridad social + Parafiscales	\$ 531.000
Publicidad y Mercadeo	\$ 41.667
Equipo, Muebles y Enseres	\$ 1.524.700
Gastos de Representación	\$ 8.000.000
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 12.290.367

Fuente: Tabla de Análisis Financiero

Podemos observar los Gastos de Comercialización y Ventas en los cuales se encuentra todo lo que requiere esta dependencia, es evidente que uno de los más distintivos es el gasto de representación (viaje de negocios a Marruecos), pero este disminuye teniendo en cuenta que no es de alta frecuencia y que en negociaciones

futuras y dependiendo de la necesidad o requerimiento del cliente los gastos pueden ser compartidos.

8.2.2.5. Gastos Amortización de diferidos

No Aplica

8.2.2.6. Gastos Financieros

(Ver Tabla 39)

Tabla 39. Intereses pagados

Fecha	Periodo	Intereses
01/07/2013	0	
01/08/2013	1	\$ 2,921,171
01/09/2013	2	\$ 2,896,433
01/10/2013	3	\$ 2,871,175
01/11/2013	4	\$ 2,845,386
01/12/2013	5	\$ 2,819,056
01/01/2014	6	\$ 2,792,173
01/02/2014	7	\$ 2,764,726
01/03/2014	8	\$ 2,736,702
01/04/2014	9	\$ 2,708,090
01/05/2014	10	\$ 2,678,877
01/06/2014	11	\$ 2,649,050
01/07/2014	12	\$ 2,618,597
01/08/2014	13	\$ 2,587,504
01/09/2014	14	\$ 2,555,759
01/10/2014	15	\$ 2,523,347
01/11/2014	16	\$ 2,490,254
01/12/2014	17	\$ 2,456,466
01/01/2015	18	\$ 2,421,969
01/02/2015	19	\$ 2,386,747
01/03/2015	20	\$ 2,350,786
01/04/2015	21	\$ 2,314,069
01/05/2015	22	\$ 2,276,581
01/06/2015	23	\$ 2,238,306
01/07/2015	24	\$ 2,199,228
01/08/2015	25	\$ 2,159,328
01/09/2015	26	\$ 2,118,591
01/10/2015	27	\$ 2,076,999
01/11/2015	28	\$ 2,034,532
01/12/2015	29	\$ 1,991,175
01/01/2016	30	\$ 1,946,906
01/02/2016	31	\$ 1,901,708
01/03/2016	32	\$ 1,855,561
01/04/2016	33	\$ 1,808,444
01/05/2016	34	\$ 1,760,339
01/06/2016	35	\$ 1,711,223
01/07/2016	36	\$ 1,661,075
01/08/2016	37	\$ 1,609,875
01/09/2016	38	\$ 1,557,599
01/10/2016	39	\$ 1,504,226
01/11/2016	40	\$ 1,449,731
01/12/2016	41	\$ 1,394,092
01/01/2017	42	\$ 1,337,285
01/02/2017	43	\$ 1,279,285
01/03/2017	44	\$ 1,220,067
01/04/2017	45	\$ 1,159,605
01/05/2017	46	\$ 1,097,874
01/06/2017	47	\$ 1,034,846
01/07/2017	48	\$ 970,495
01/08/2017	49	\$ 904,792
01/09/2017	50	\$ 837,710
01/10/2017	51	\$ 769,219
01/11/2017	52	\$ 699,289
01/12/2017	53	\$ 627,891
01/01/2018	54	\$ 554,994
01/02/2018	55	\$ 480,565
01/03/2018	56	\$ 404,574
01/04/2018	57	\$ 326,987
01/05/2018	58	\$ 247,771
01/06/2018	59	\$ 166,891
01/07/2018	60	\$ 84,313

Fuente: Elaboración propia

Monto del Préstamo **\$139.103. 393** con un interés del 2.10% Efectivo Anual, financiación de 60 cuotas mensuales (mes vencido) , podemos observar que el abono a

Interés mes a mes disminuye obteniendo como resultado su cancelación total en la cuota No. 60.

8.3. Estados Financieros Proyectados

8.3.1. Flujo de Caja

Tabla 40. Flujo de Caja Proyecciones

Proyecciones (Flujo de Caja Anual)	
Ingreso Variación Porcentual Anual de Precios	4.00%
Ingreso Variación Porcentual Anual de Ventas	5.00%
Ingreso Variación Porcentual Anual de Costos	4.20%
Ingreso Inflación promedio estimada	2.50%

Fuente: Tabla de Análisis Financiero

Tabla 41. Flujo de Caja

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

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 2,170,887,241	\$ 2,370,608,868	\$ 2,588,704,883	\$ 2,826,865,733	\$ 3,086,937,380
- Costos variables		\$ 593,475,001	\$ 618,400,951	\$ 644,373,790	\$ 671,437,490	\$ 699,637,864
- Costos fijos		\$ 547,125,888	\$ 570,105,175	\$ 594,049,593	\$ 618,999,676	\$ 644,997,662
Costos fijos de Producción		\$ 140,491,644	\$ 146,392,293	\$ 152,540,769	\$ 158,947,482	\$ 165,623,276
Costos fijos de Administración		\$ 259,149,840	\$ 270,034,133	\$ 281,375,567	\$ 293,193,341	\$ 305,507,461
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 147,484,404	\$ 153,678,749	\$ 160,133,256	\$ 166,858,853	\$ 173,866,925
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 12,830,712	\$ 12,830,712	\$ 12,830,712	\$ 12,830,712	\$ 12,830,712
- Intereses Credito		\$ 0	\$ 28,801,015	\$ 23,025,881	\$ 15,614,981	\$ 6,104,996
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 1,017,455,641	\$ 1,140,471,015	\$ 1,314,424,907	\$ 1,507,982,874	\$ 1,723,366,146
- Impuestos	\$ 0	\$ 335,760,361	\$ 376,355,435	\$ 433,760,219	\$ 497,634,349	\$ 568,710,828
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 681,695,279	\$ 764,115,580	\$ 880,664,688	\$ 1,010,348,526	\$ 1,154,655,318
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 12,830,712	\$ 12,830,712	\$ 12,830,712	\$ 12,830,712	\$ 12,830,712
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 139,103,393	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 206,531,728
Préstamos	\$ 139,103,393					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 184,158,056
Valor de Salvamento						\$ 22,373,672
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 242,741,193	\$ 6,560,986	\$ 27,225,873	\$ 33,288,142	\$ 40,998,237	\$ 43,085,345
Activos Fijos	\$ 72,708,332					
Pago Credito (Capital)		\$ 0	\$ 20,389,325	\$ 26,164,459	\$ 33,575,359	\$ 43,085,345
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 13,818,900					
Capital de Trabajo	\$ 156,213,961	\$ 6,560,986	\$ 6,836,548	\$ 7,123,683	\$ 7,422,877	
FLUJO DE CAJA	-\$ 103,637,800	\$ 687,965,005	\$ 749,720,419	\$ 860,207,258	\$ 982,181,001	\$ 1,330,932,413

Fuente: Tabla de Análisis Financiero



Teniendo en cuenta los resultados del flujo de caja, se demuestra que se genera una utilidad significativa para la empresa, además se cubren todos los costos, gastos y las anualidades del crédito bancario. También podemos concluir que la empresa es líquida debido a que los costos variables están dentro del marco básico con respecto a los ingresos por ventas, generando así una buena liquidez para el primer año. Así mismo se puede observar un flujo de caja estable hasta el año 4, ya que en el año 5 se da la recuperación del capital de trabajo, cumpliendo con los objetivos propuestos reiterando una vez más que el proyecto es viable y generador de valor al pasar los años.

8.3.2. Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

Tabla 42. Estado de Pérdidas y Ganancias

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	180,907,270	180,907,270	180,907,270	180,907,270	180,907,270	180,907,270	180,907,270	180,907,270	180,907,270	180,907,270	180,907,270	180,907,270
- Costo Variables	49,456,250	49,456,250	49,456,250	49,456,250	49,456,250	49,456,250	49,456,250	49,456,250	49,456,250	49,456,250	49,456,250	49,456,250
- Costos Fijos Producción	11,707,637	11,707,637	11,707,637	11,707,637	11,707,637	11,707,637	11,707,637	11,707,637	11,707,637	11,707,637	11,707,637	11,707,637
- Gastos Depreciación	1,069,226	1,069,226	1,069,226	1,069,226	1,069,226	1,069,226	1,069,226	1,069,226	1,069,226	1,069,226	1,069,226	1,069,226
= Utilidad Bruta en Ventas	118,674,157	118,674,157	118,674,157	118,674,157	118,674,157	118,674,157	118,674,157	118,674,157	118,674,157	118,674,157	118,674,157	118,674,157
- Costos fijos de Administración	21,595,820	21,595,820	21,595,820	21,595,820	21,595,820	21,595,820	21,595,820	21,595,820	21,595,820	21,595,820	21,595,820	21,595,820
- Costos Fijos de Ventas y Distribución	12,290,367	12,290,367	12,290,367	12,290,367	12,290,367	12,290,367	12,290,367	12,290,367	12,290,367	12,290,367	12,290,367	12,290,367
- Amortización de diferidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Utilidad Operativa	84,787,970	84,787,970	84,787,970	84,787,970	84,787,970	84,787,970	84,787,970	84,787,970	84,787,970	84,787,970	84,787,970	84,787,970
+ 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	84,787,970	84,787,970	84,787,970	84,787,970	84,787,970	84,787,970	84,787,970	84,787,970	84,787,970	84,787,970	84,787,970	84,787,970
- Impuestos	27,980,030	27,980,030	27,980,030	27,980,030	27,980,030	27,980,030	27,980,030	27,980,030	27,980,030	27,980,030	27,980,030	27,980,030
= UTILIDAD NETA	56,807,940	56,807,940	56,807,940	56,807,940	56,807,940	56,807,940	56,807,940	56,807,940	56,807,940	56,807,940	56,807,940	56,807,940
- Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Utilidades no Repartidas	56,807,940	56,807,940	56,807,940	56,807,940	56,807,940	56,807,940	56,807,940	56,807,940	56,807,940	56,807,940	56,807,940	56,807,940
Utilidades no Repartidas Acumuladas	56,807,940	113,615,880	170,423,820	227,231,760	284,039,700	340,847,640	397,655,580	454,463,520	511,271,460	568,079,399	624,887,339	681,695,279

Fuente: Tabla de Análisis Financiero



En el Estado de Resultados, podemos observar como mes a mes se genera un incremento importante traducido a que el proyecto arroja utilidades significativas, lo cual da respaldo y confianza para invertir en él, logrando el crecimiento y desarrollo de la empresa.

8.3.3. Balance General

No Aplica

8.4. Evaluación financiera del proyecto

8.4.1. Valor Presente Neto

Tabla 43. VPN

Año 1

Tasa de Rentabilidad Esperada Mensual	0.83%
Valor Presente Neto	726,819,065
Tasa Interna de Retorno	53.20%

Fuente: Tabla de Análisis Financiero

Se visualiza un escenario positivo, ya que al primer año, se contará con un Valor Presente Neto de \$ 726.819.065, que cubre la Inversión de capital de trabajo que es de \$156.213.961, para finalmente llegar al quinto año con un valor de \$ 3.244.035.776, por lo que se puede concluir que el proyecto es viable e interesante para invertir.

8.4.2. Tasa Interna de Retorno

Tabla 44. TIR

Año 1

Tasa de Rentabilidad Esperada Mensual	0.83%
Valor Presente Neto	726,819,065
Tasa Interna de Retorno	53.20%

Fuente: Tabla de Análisis Financiero

Teniendo en cuenta que la Tasa Esperada es del 10% Efectivo Anual y que la TIR es del 53,20% es evidente que este indicador al ser mayor que la Tasa de Rentabilidad Esperada nos confirma que esta empresa recibe mucho más de lo esperado de acuerdo al sector en el que se desempeña .

8.4.3. Indicadores Financieros proyectados

No aplica

8.4.4. Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Tabla 45. Variación de la Demanda

Cambio Porcentual en las Ventas	5.00%
Tasa de Retorno	0.83%
Valor Presente Neto	776,451,548
Tasa Interna de Retorno	54.79%

Tasa de Rentabilidad Esperada Mensual	0.83%
Valor Presente Neto	726,819,065
Tasa Interna de Retorno	53.20%

Fuente: Tabla de Análisis Financiero

Con un incremento del 5% en las ventas la empresa en el primer año tendría un aumento del 3% en la TIR, pasando de 53.20% a 54.79% y tendría un aumento del en el Valor Presente Neto del 5.5% pasando de \$726.819.065 a \$776.451.548.

Con este análisis podemos reiterar que la empresa es rentable e interesante para invertir.

Cambio Porcentual en las Ventas	-10.00%
Tasa de Retorno	0.83%
Valor Presente Neto	627,554,099
Tasa Interna de Retorno	49.52%

Tasa de Rentabilidad Esperada Mensual	0.83%
Valor Presente Neto	726,819,065
Tasa Interna de Retorno	53.20%

Fuente: Tabla de Análisis Financiero

Ante una disminución del 10% en las ventas, podemos observar: la TIR pasa del 53.20% al 49.52%, lo que representa un cambio del -7.5% y que el VPN pasa de \$726.819.065 a \$627.554.099, que se traduce un cambio del -15.8%. La empresa no tendría un panorama muy negativo, aun con los fuertes los cambios en la TIR y el VPN, estos seguirían en una línea de rentabilidad mucho más alta del 10% anual a la que espera el proyecto.

8.4.5. Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Tabla 46. Variación del Precio

4% en el precio (% inicial)

Tasa Interna de Retorno	10.43%
Valor Presente Neto	3,244,035,776
Tasa Interna de Retorno	673.60%

Análisis sensibilidad con el 6% en el precio

Tasa Interna de Retorno	10.43%
Valor Presente Neto	3,493,725,096
Tasa Interna de Retorno	678.01%

Fuente: Tabla de Análisis Financiero

Con una variación en el precio del 6% (valor en referencia al movimiento de la

inflación), la empresa en los próximos 5 años tendría un aumento del 0.70% en la TIR, pasando en el quinto año, de 673.60% a 678.01% y tendría un aumento del en el valor presente neto 7.7%, pasando en el quinto año, de \$ 3.244.035.776 a \$ 3.493.725.096, lo que indica que ante el movimiento inflacionario, en uno de sus efectos más importantes (el aumento del precio), la empresa generaría más valor al proyecto, llevando nuevamente a la conclusión de que este proyecto es altamente rentable y una buena opción para invertir.

4% en el precio (% inicial)

Tasa Interna de Retorno	10.43%
Valor Presente Neto	3,244,035,776
Tasa Interna de Retorno	673.60%

Análisis sensibilidad con el -5% en el precio

Tasa Interna de Retorno	10.43%
Valor Presente Neto	2,232,554,321
Tasa Interna de Retorno	653.38%

Fuente: Tabla de Análisis Financiero

Finalmente, ante una disminución del 5% en el precio de venta; podría estar fundamentada como por ejemplo para entrar a nuevos mercados, para sacar a Feria

una Colección pasada etc., Se observa que con estas proyecciones el proyecto sigue siendo altamente rentable, así se tengan reducciones considerables en los principales indicadores, como lo son la TIR y el VPN.

9. CONSIDERACIONES FINALES

Basados en todos los estudios realizados, podemos decir que el proyecto es viable. Desde el punto de vista comercial, Marruecos es un mercado actualmente potencial, y gracias a que comparte tratados comerciales con Colombia, el intercambio de mercancía y/o bienes y servicios se ha facilitado.

El país cuenta con un alto grado de productividad textil. Debido a la alta participación de pasarelas que se realizan en el país durante el año, lo que nos genera una ventaja competitiva frente al mercado local marroquí, además de conocer que existe una evidente demanda potencial del producto y sus inclinaciones sexuales. Cubriendo todos los costos y gastos, nuestro producto cuenta con un precio bastante atractivo para su venta en Marruecos. Esto permite la facilidad de negociación con los distribuidores marroquíes porque es un precio bajo para ellos y competitivo para el consumidor frente a los productos sustitutos posicionados en el mercado.

En cuanto a las estrategias creemos que es fundamental que antes de comenzar con una gran producción y de exportar lo presupuestado mensualmente,

debamos realizar la promoción del producto en los puntos establecidos anteriormente mencionados en el proyecto, para dar a conocer el producto y explicando la versatilidad del mismo. Observando el estudio financiero, podemos decir que es fundamental obtener el préstamo bancario para realizar el proyecto, pero gracias a que se han flexibilizado estos procesos y que existen varias ofertas en el mercado, sería muy viable obtenerlo. También observamos que se podrían cubrir todos los costos y gastos ocasionados, generar utilidades para los socios y efectuar el pago del crédito bancario, gracias a que el producto es lo suficientemente bueno para generar las utilidades necesarias.

En ese orden de ideas, encontramos que la Tasa Interna de Retorno es positiva y coherente tanto con el sector como con la oportunidad de negocio.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Almecco Group (web). <http://www.almecogroup.com/en>. Consultado en Marzo, 2013.

Asociación CIAP. Confección de prendas de vestir. **CIAP**, Organización de Artesanos Peruanos. (en línea). http://asociacion.ciap.org/article.php?lang=es&id_article=57. Consultado en Marzo, 2013.

Cámara de Comercio de Bogotá (2009. Diciembre): De las SAS abc, Sociedades por Acciones Simplificadas. Cámara de Comercio de Bogotá, por nuestra sociedad. (en línea) http://www.empresario.com.co/recursos/page_flip/CCB/2010/abc_sas/. Consultado en Marzo, 2013.

Cultura E Medellín, hacer empresa, que buen negocio. (2012), Guías Empresariales. (en línea) <http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/empresario/Paginas/default.aspx>. Consultado en Marzo, 2013.

Industriales Frotex S.A.S. (web). <http://www.frotex.com/>. Consultado en Abril, 2013.

Morocco YP. (web)<http://www.moroccoyp.com/> Consultado en Abril, 2013.

Papelería Marion Papelería y Equipos de oficina (web) <http://www.marion.com.co/> Consultado en Abril, 2013.

Soluciones JP (web) <http://www.solucionesjp.net.co>. Consultado en Abril, 2013.

Grupo Bancolombia Personal Plus (2013). Tasas y tarifas, consulte aquí las tarifas que entran en vigencia a partir del 1 Enero de 2013: (en línea). <http://www.grupobancolombia.com/personalPlus/corporativo/tarifas/index.asp?opcion=op1>. Consultado en Abril, 2013.

ANEXOS

Anexo 1: Cotización AVIATUR

Anexo 2: Cotización Home Center