



PLAN DE NEGOCIOS

MANITOS CREATIVAS
DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR
22 DE AGOSTO DE 2012

NOMBRE DEL PROYECTO

Plan de Negocios

Manitos Creativas
Departamento de Comercio Exterior
Medellín, Agosto, 2012



Escriba su Copyright

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

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



NOMBRE DEL PROYECTO

Contenido - Plan de Negocio

RESUMEN EJECUTIVO

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

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

4. ANALISIS DEL MERCADO

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



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

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

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

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

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

7. ASPECTOS LEGALES



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

8. ASPECTOS FINANCIEROS

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

9. CONSIDERACIONES FINALES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS



RESUMEN EJECUTIVO

Manitos Creativas S.A.S, es un proyecto que consiste en el desarrollo de un plan de negocios, con un alto potencial de mercado, no solo a nivel nacional, sino también internacional, en el cual se está desarrollando una idea novedosa y se ofrece una opción diferente de vestuario para niñas y niños, siendo el valor agregado de los productos, el factor divertido y creativo que cada niño le puede imprimir a las prendas, al mismo tiempo que se estimula el aprendizaje y la creatividad.

En la fase inicial del proyecto se pretende llegar al mercado local y al mercado nacional, a ciudades principales e intermedias de Colombia, posicionando la marca Manitos Creativas, en reconocidos almacenes de cadena del territorio. Posterior a esto, se incursionara en el mercado internacional, comercializando los productos de la empresa en el mercado Mexicano, con familias de estratos 4, 5 y 6, que tengan un alto poder adquisitivo para comprar nuestras prendas y que tengan niños o niñas entre los 2 y los 12 años de edad.

La inversión inicial de la empresa es de \$ 363.954.416,10 y la rentabilidad esperada es del 1,17% mensual. Para el desarrollo del proyecto será necesario tomar un préstamo bancario de libre inversión por un valor de \$ 355.524.716 y el capital disponible aportado por los socios de la empresa es de \$ 8.429.700,10.

Al analizar los resultados arrojados en el estudio financiero se determinó que el proyecto es viable y rentable. La empresa tiene muy buena proyección de flujo de caja mensual a partir del momento en que inicie operaciones. El VPN es positivo y la TIR es del 132%.



Adicional a los resultados positivos que arroja el estudio financiero, nuestra ventaja competitiva es que no existe en el mercado una empresa que ofrezca a los niños construir y crear su propia ropa, este concepto innovador nos da un factor diferenciador y un valor agregado frente a la competencia del sector.

Llevamos diversión a los niños a un precio accequible para sus padres, adicional a esto, comprar una prenda de manitos creativas, le garantiza a nuestros clientes un producto de la mejor calidad hecho con los mejores materiales.



1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Andrea Vanessa Agudelo Díez					
Identificación:	43.273.613	Teléfono:	2602746	Celular:	318 4625055
Dirección:	Cra 67 # 48 – 41	Barrio:	Suramericana		
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	andreavad@hotmail.com		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	X	Universitarios	
Otros Estudios:	Diseño de Modas Diplomado en Gerencia Comercial				

Paola Andrea Ramírez Patiño					
Identificación:	1.036.637.357	Teléfono:	4372974	Celular:	301 7856309
Dirección:	Cll 51 # 84 -181	Barrio:	Calasanz		
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	Pao.9101@hotmail.com		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	X	Universitarios	
Otros Estudios:					

Verónica Betancur Díaz					
Identificación:	43.972.902	Teléfono:	5868835	Celular:	321 7755268
Dirección:	Cll 53 a # 78 – 162	Barrio:	Los Colores		
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	verobetancur84@hotmail.com		
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	X	Universitarios	
Otros Estudios:	Auxiliar de Vuelo Curso de Mercadeo Estratégico				



2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

La empresa Manitos creativas, nace de la iniciativa una ex alumna de ESUMER y de un grupo de estudiantes de comercio exterior de esta misma institución, al ver un mercado potencial, no solo a nivel nacional sino también en el mercado internacional, en el cual podrían desarrollar una idea novedosa y ofrecer una opción diferente de vestuario para niñas y niños, siendo el valor agregado de los productos, el factor divertido y creativo que cada niño le puede imprimir a las prendas, al mismo tiempo que se estimula el aprendizaje y la creatividad de los niños.

INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

MANITOS CREATIVAS

3.2 Descripción de la Empresa

Manitos creativas es una microempresa, ubicada en Medellín en el sector de Laureles. Opera en un local arrendado en el cual se desarrolla la parte administrativa, el área de comercio exterior y ventas nacionales y el área de diseño. La producción es contratada con terceros, utilizamos maquilas para el corte, estampado y la confección de las prendas.

La empresa pertenece al sector textil confección y está dedicada al diseño, producción y comercialización de prendas de vestir infantiles con los mejores estándares de calidad. Ofrecemos productos innovadores y la opción de que los niños puedan jugar al mismo tiempo que construyen y diseñan sus propias prendas, estimulando de esta manera su creatividad.

3.3 Misión y Visión de la Empresa

MISION

Somos una empresa dedica al diseño, producción y comercialización de ropa infantil, con los mejores estándares de calidad.



Entregamos juego, risa y diversión a niñas y niños de diferentes edades, sorprendiendo con cada uno de nuestros productos, innovadores y creativos.

Contamos con un grupo humano competente y enfocado a alcanzar los objetivos de la empresa.

Trabajamos con alta responsabilidad social, ecológica y económica, buscando excelente solidez financiera, correcto equilibrio de los recursos humanos y respeto por el medio ambiente.

VISION

Para el 2017, seremos una empresa de referencia, líder en comercialización nacional e internacional de diseños creativos e innovadores de ropa infantil.

Buscamos estar en continuo crecimiento, para lograr los objetivos de la empresa, con responsabilidad, consciente, contando con personal comprometido y calificado así como una organización sólida y flexible a los cambios y requerimientos del medio.

Deseamos consolidar alianzas con empresas capaces de suplir necesidades adicionales que garanticen un valor agregado a nuestros clientes.

3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

Objetivos a corto plazo

- En seis meses, tener presencia en el mercado local, vendiendo los productos que ofrece nuestra empresa en las principales tiendas infantiles ubicadas en centros comerciales y en zonas estratégicas de la ciudad.
- Diseñar y desarrollar la página Web de la empresa para empezar a dar a conocer nuestros productos a nivel internacional.
- Participar en ferias nacionales de confección y moda para dar a conocer nuestros productos, consecución de nuevos proveedores y hacer negocios con otras empresas.

Objetivos a mediano plazo

- En un año, llegar a las principales ciudades de Colombia como Bogotá, Cali y Barranquilla



y ciudades intermedias como Armenia, Pereira y Manizales. Haciendo alianzas estratégicas con empresas de este sector en estas ciudades para comercializar nuestros productos.

-En dos años, empezar a Incrementar la producción en un 10% hasta llegar a un 40% en tres años para Empezar a exportar nuestros productos a países de la región como Perú, Ecuador, Costa Rica y México.

Objetivos a largo plazo

-En 10 años ser la empresa líder a nivel nacional en diseño y comercialización de ropa infantil

-En 10 años, hacer alianzas estratégicas con empresas reconocidas a nivel internacional para distribuir nuestros productos en Estados Unidos y Europa.

3.5 Ventajas competitivas

Nuestra ventaja competitiva es que no existe en el mercado una empresa que ofrezca a los niños construir y crear su propia ropa, este concepto innovador nos da un factor diferenciador y un valor agregado frente a la competencia del sector.

Llevamos diversión a los niños a un precio asequible para sus padres, adicional a esto, comprar una prenda de manitos creativas, le garantiza a nuestros clientes un producto de la mejor calidad hecho con los mejores materiales.

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

No existe en el mercado un concepto de moda para niños y niñas como el que nuestra empresa propone y existe un mercado muy amplio para ofrecer este tipo de productos ya que hoy en día, la gente busca productos innovadores que más que cubrir una necesidad lleven un factor diferenciador y una experiencia de compra única.



3.7 Relación de productos y/o servicios

- Pijamas estampadas con diferentes motivos para que los niños las pinten con los marcadores indelebles.
- Camisetas estampadas con diferentes motivos para que los niños las pinten con los marcadores indelebles.
- Vestidos de baño infantiles con un kit de aplicaciones hechas a mano para que los niños construyan sus propios diseños
- Delantales para pintar con diseños divertidos
- Camisetas con diseños innovadores para que los niños jueguen pintando con pintura para tela sus propias creaciones

3.8 Justificación del Negocio

Los productos que Manitos Creativas, ofrecerá en el mercado son únicos en el sector de las confecciones infantiles ya que por su factor innovador y creativo, se diferencian de los productos de la competencia.

No existe en el mercado una propuesta de prendas de vestir que los niños puedan diseñar y construir.

Además, El segmento de mercado al cual pretendemos atender es amplio y sus motivaciones a la hora de comprar no son por la necesidad sino por la diversión que este tipo de productos puede traer a los niños.

Adicional a esto, no podemos olvidar que en la mayoría de los casos la decisión de compra no está en poder de los padres sino de los hijos.

3.9 Análisis del entorno y del sector

Situación del Entorno



Son muchos los factores del entorno, que pueden impactar tanto positiva como negativamente, el desarrollo de este proyecto.

En el mercado contamos con la Existencia de fuertes y sólidos competidores, altamente reconocidos a nivel mundial, los cuales tienen una amplia trayectoria, mayor músculo financiero para invertir en la promoción de sus productos y mayor capacidad de negociación con los proveedores. Adicional a esto, la cercanía geográfica de México con países como EE.UU y Canadá hacen que los mexicanos sean muy exigentes a la hora de comprar, buscando no solo el precio sino la calidad en los productos. Por lo tanto el valor agregado de las prendas, que ofrece Manitos Creativas es un elemento fundamental para el éxito del negocio.

No es necesaria una alta inversión en tecnología ya que esta será subcontratada y en Colombia contamos con la tecnología adecuada y la mano de obra calificada para el desarrollo de nuestros productos. Por otra parte, la competencia internacional puede impactar negativamente en cuanto a costos ya que como es bien sabido, los productos confeccionados en China y en India pueden ser más competitivos; por lo tanto el diseño y la innovación son fundamentales para poder inicialmente, penetrar en el mercado Mexicano.

El estudio de la competencia, proveedores y clientes potenciales, hoy en día, no es muy complicado, ya que con el uso de las TICS, se facilita el acceso a mercados internacionales, tendencias, patrones de uso, insumos, costos, maquinaria y equipos.

La cultura de negocios México-Colombiana, no representa muchos impedimentos a la hora de entrar en este mercado ya que las afinidades culturales, la religión y el idioma, favorecen el comercio entre estos dos países. La política también es favorable para el comercio internacional ya que el gobierno Colombiano, incentiva las exportaciones y mantiene buenas relaciones comerciales con la mayoría de países de América Latina.

El PIB per cápita en México es \$ 14.800 para el 2011, los datos están dados en Dólares Americanos; en México existe una gran particularidad con el salario mínimo legal mensual vigente, el salario mínimo general diario es de 62.33 pesos mexicanos (4.57 dólares Americanos por día, lo que equivaldría al mes 137, 1 USD), en la zona “A”; 60.57 diarios en la zona “B”; 59.08 diarios y en la zona “C”, tomando como referencia el salario de la zona A, un tipo de cambio de 13.65 pesos mexicanos por 1 Dólar Americano y una jornada laboral de 8 horas diarias. Las zonas A, B y C mencionadas son zonas geográficas que agrupan diversos estados o



municipios del país. Las zonas A, B y C solamente operan para efectos de asignar los salarios mínimos.

La población pobre en México se encuentra cerca al 18,2 %, con una población total de 114. 975. 406 para julio 2012.

La tasa de interés es del 5%, para los principales bancos comerciales como lo son BBVA Bancomer, Banamex- Citigroup (vigencia hasta el 31 de diciembre de 2011).

Nuestra empresa, tiene un direccionamiento orientado a un segmento de mercado de ingresos económicos medios y altos, estratos 4, 5 y 6, un factor determinante para el éxito es la gran cantidad de dinero que los padres destinan a la satisfacción de sus hijos.

Si analizamos el comportamiento del sector textil confección en México, podemos observar que tenemos muchas oportunidades para ingresar de manera exitosa a este mercado.

En el 2011, México importó US\$ 13.044 millones en prendas de vestir. EEUU y China, fueron sus principales proveedores, con el 47.5% y el 13.3% del total de las importaciones de México, respectivamente. Colombia es el proveedor número 14 de prendas de vestir de México, con el 1.2% de las importaciones y el segundo en Latinoamérica, después de Brasil. En el 2011, el 9% de las exportaciones de prendas de vestir de Colombia, fueron a México (US\$ 131.8 millones). Los principales departamentos exportadores de confecciones son Antioquia, Bogotá y Valle del Cauca, con el 87% de las exportaciones a México.

La actividad textil confección en México es la cuarta actividad manufacturera más importante del país, generando el 17.5% del empleo. El 60% del mercado es abastecido por canales ilegales (contrabando y ropa producida en México sin pagar impuestos). Las confecciones de México se caracterizan por ser con bajo valor agregado y por una débil integración de los procesos productivos en la cadena (débil integración vertical). La producción de confecciones en México ha venido disminuyendo, cediendo parte de mercado a las importaciones. Los impuestos altos y la baja inversión han motivado el cierre de empresas.

En México, los precios se han incrementado un 18% en promedio de Enero 2009 a Enero 2011. En este país, se manejan intensas campañas de promociones, saldos, rebajas, ventas nocturnas, convenios con tarjetas bancarias, 2x1, rifas, etc.

Las ferias claves de este sector en México son INTERMODA en sus dos versiones, Enero y Julio, y ABASTASUR.

El tratado de libre comercio G2, entre Colombia y México, se encuentra vigente desde 1995, y representa grandes oportunidades con este país. En el marco del tratado hay una regla de origen



para textiles y confecciones que establece el beneficio arancelario del 0%, únicamente cuando las prendas confeccionadas en Colombia utilicen telas e insumos fabricados en Colombia o en México. En caso contrario, la prenda no obtendrá arancel 0 y pagara el arancel general del 20%. En México se paga el 16% de IVA sobre el valor CIF de la mercancía y no existen barreras no arancelarias para este tipo de productos.

Las expectativas de crecimiento del mercado mexicano, son positivas a mediano plazo. Hay estabilidad cambiaria. 14 pesos mexicanos son en promedio un dólar. Pero hay que tener en cuenta que la fluctuación del dólar es un factor que puede incidir negativa o positivamente en el negocio, por tal motivo es mejor asegurarse con herramientas que ofrecen las instituciones bancarias, como los forwards.

En este momento en México hay un auge en construcción de centros comerciales y las tiendas de grandes superficies tienen planes de expansión. En México hay una gran oportunidad para posicionar marca colombiana a través de ventas por catálogo

Por otra parte, la inseguridad, no ha impactado de manera grave el consumo.

Nuestra empresa, busca desarrollar las actividades, con una responsabilidad social consiente en cuanto al cuidado del medio ambiente, ya que para acceder a muchos países es necesario tener certificaciones ambientales.

Situación del Sector

Colombia tiene una economía creciente y estable con un crecimiento del PIB de 5.9% en el 2011, un gobierno comprometido con el sector privado y una política estable.

La industria textil confección en Colombia 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 y constituye más del 5% del total de exportaciones del país. Esto, lo convierte en el sector de exportaciones no tradicionales, más importante del país. Este sector, genera en Colombia aproximadamente 650.000 empleos, representando cerca del 20% de la fuerza laboral generada por la industria manufacturera.

En el 2011, la industria textil, creció un 6.4% y las confecciones un 5.5%, jalonada especialmente por la demanda interna.

La producción del sector ha incrementado en los últimos años debido al crecimiento de ventas, la reactivación del consumo, la diversificación de destinos de exportación y el crecimiento económico de los socios comerciales.



En el 2011, la producción del sector creció el 10.3%, impulsado principalmente por el aumento de las confecciones que crecieron el 20%.

En el 2011, la producción del textil y confección representó el 11.8% del PIB industrial y el 1.5% del PIB nacional.

Durante el primer semestre del 2011, los compradores nacionales gastaron en prendas de vestir (ropa y calzado), \$6.9 billones. El mayor consumo de los hogares, estuvo asociado, con el importante crecimiento del mercado.

Las ventas totales del sector textil confección en Colombia han crecido a una tasa compuesta anual del 8% desde el año 2000.

Las importaciones de confección, crecieron el 62% en el 2011 y las de textil 43%, consecuentes a la tendencia creciente que se viene dando desde el 2010

Adicional a esto, son muchos los factores que impactan positivamente a este sector. Entre otros:

-12 TLC, con acceso preferencial a más de 1.500 millones de consumidores. Entre ellos, TLC con NAFTA, MERCOSUR, Triángulo Norte, EFTA y CAN.

-La aprobación del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos representa una oportunidad de negocio para el sector, que lo llevará a un crecimiento y un potencial de desarrollo para todos los productos de la cadena.

-Incremento de importaciones en productos textiles para abastecer la demanda interna y externa, especialmente en textiles sintéticos y de alta calidad, incremento del 30% en el 2010 al 75% en el 2011.

-El sector cuenta con entidades de apoyo, como el Clúster Textil y Confección, la Cámara Sectorial de la ANDI, Inexmoda, Proexport, SENA, entre otros.

-Mano de obra competitiva y disponible para el sector, ya que entidades como el Sena, ofrece capacitaciones gratuitas a las empresas y trabajadores. Actualmente cuenta con 12 programas especializados para el sector con cobertura nacional.

-Colombia es sede de importantes ferias de textiles y confecciones, como Colombiatex, Colombiamoda, Footwear and Leather Show, Moda para el mundo, entre otras.

-El Régimen de zonas francas hace competitiva a la región.



- Incentivo tributario para la formalización y generación de empleo.
- Incentivos financieros por parte del gobierno, líneas de crédito para nuevas empresas.
- El 75% de las navieras del mundo, recalcan en el servicio de exportación e importación, en Colombia. Los costos de los fletes, son bajos en comparación con la región. Colombia es un paso obligado para las navieras que cubren las rutas marítimas norte-sur-norte y este-oeste gracias a su cercanía de canal de Panamá y a su acceso a los dos océanos.
- El aeropuerto de Bogotá, es el primero de América Latina, en movimiento de carga.
- Los principales destinos de exportaciones de Colombia, de este sector, son a Ecuador, México y Venezuela
- Los departamentos de mayor producción de textiles y confección son Cundinamarca y Antioquia con más del 90%

Fuentes:

- www.medellincomovamos.org
- www.inviertaencolombia.com.co
- www.proexport.com.co
- www.cia.gov/theworldfactbook

3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio

- Administración de empresas para tener un buen manejo de la empresa
- Contabilidad y finanzas para realizar el estudio financiero y tener una contabilidad clara desde el inicio de las operaciones de la empresa
- Costos y presupuestos para la adecuada planeación.
- Comercio exterior ya que queremos comercializar nuestros productos en otros mercados
- Logística y distribución física para cumplir con las entregas justo a tiempo
- Conocimiento en diseño de modas, patronaje industrial, producción y confección para el desarrollo de las prendas
- Conocimientos en calidad para cumplir con los estándares a nivel Nacional e internacional.



- Conocimientos en derecho para saber todo lo relacionado con la constitución legal de la empresa y con toda la documentación necesaria
- Mercadeo y Publicidad para desarrollar el plan de introducción y posicionamiento en el mercado extranjero
- Conocimiento en ventas para la capacitación del personal que va a cumplir con esta misión
- Sistemas (Diseño Web) ya que es una herramienta fundamental para la promoción de nuestros productos

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

Corto plazo

- Participar con un stand en Colombiamoda 2013 y hacer contactos comerciales con nuevos proveedores y clientes potenciales de México, logrando negocios por lo menos con un almacén de cadena en este país para que distribuya nuestros productos en esta región.
- En el 2013 tener presencia en el mercado local vendiendo nuestros productos en los principales almacenes de cadena de la ciudad de Medellín, teniendo una cobertura del 15% del mercado
- En el 2013 Desarrollar una estrategia publicitaria a través de la página web de manitos creativas para darnos a conocer en el mercado nacional y el internacional.

- Mediano plazo

- Tener presencia con nuestros productos en almacenes de cadena y boutiques ubicados en las principales ciudades de Colombia como Medellín, Bogotá, Cali y Barranquilla y en ciudades intermedias como Pereira, Manizales y Armenia incrementando las ventas en un 30% anual.
- Incrementar la producción en un 50% para llegar al mercado mexicano, inicialmente vendiendo nuestros productos en Ciudad de México por medio de almacenes de cadena reconocidos en esta ciudad, teniendo una cobertura del 39.6% del mercado.

Largo plazo



- En diez años tener presencia en Las principales ciudades de México, incrementando las ventas en un 40% anual y tener una marca posicionada tanto a nivel nacional como en América Latina
- En diez años tener presencia en Europa y USA a través de almacenes especializados en este tipo de productos y Ser líderes en confecciones de ropa infantil a nivel nacional.

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

Las prendas de manitos creativas son hechas con materia prima e insumos nacionales de la mejor calidad. Las telas que utilizamos para las pijamas y las camisetas son 100% algodón para garantizar la comodidad de los niños que utilicen nuestras prendas. Para los vestidos de baño, utilizamos tela de 80% Nylon y 20% Spandex y para los delantales al igual que para los empaques utilizamos entretela o tela no tejida.

Las prendas de manitos creativas traen estampados de figuras infantiles para que el niño las pinte con marcadores indelebles, Pintura para tela y también traen aplicaciones creativas para que el niño pueda diseñar y construir su propia ropa. Los marcadores son lavables, no tóxicos y con olores, lo que significa que en el momento que se lave la prenda el niño puede volver a pintarla las veces que quiera.

Manitos creativas maneja un catálogo de diseños propios, adecuados a las edades de los niños. Manejamos diseños para niños de 2 a 4 años, de 5 a 7 y de 8 a 12 años. También estamos abiertos a crear diseños que el cliente necesite según su necesidad. En nuestra página web, el niño puede seleccionar entre una variedad de estampados y crear sus propias prendas.

El empaque en el cual vienen las prendas de manitos creativas es hecho en entretela de diferentes colores. El empaque tiene un valor agregado ya que sirve como empaque de regalo pero después puede ser utilizado por el niño para guardar lo que desee. Este empaque puede ir marcado con el nombre del niño o como lo desee el cliente final. Todas estas especificaciones las puede hacer por medio de nuestra página web.

Somos una opción creativa y diferente para regalos de las fiestas infantiles ya que además de ser un regalo innovador, sirve como parte de la recreación y actividad que se esté realizando

dentro del evento ya que los niños pueden compartir ese momento pintando sus prendas. Las prendas que se puede pintar cada vez que el niño quiera. Después de la fiesta su prenda se puede convertir en un compartir con sus padres. Es un regalo que estimula los niños a compartir un espacio en familia.

-CAMISETAS PARA PINTAR CON MARCADORES INDELEBLES



-PIJAMAS PARA PINTAR CON MARCADORES INDELEBLES

Manitos Creativas

PLAN

DE NEGOCIOS MANITOS CREATIVAS.docx-Plan de Negocios





-DELANTALES PARA PINTAR

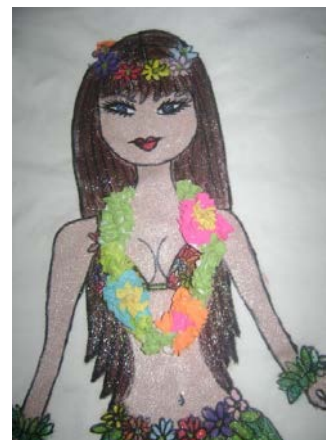
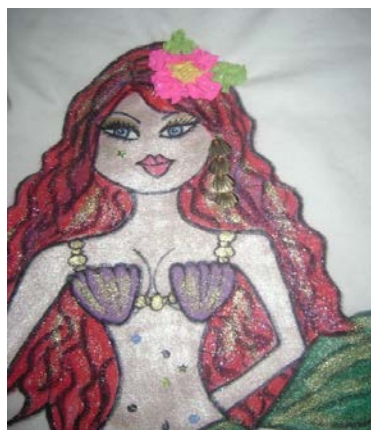


-VESTIDOS DE BAÑO PARA DECORAR CON APLICACIONES





-CAMISETAS PARA PINTAR CON PINTELA





4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

Los productos de manitos creativas van a ser comercializados en el mercado Nacional e Internacional y están dirigidos a familias con niños, entre los estratos 4, 5 y 6.

En el mercado Nacional se pretende comercializar los productos en almacenes de cadena como Carrefour, El Éxito (Solamente en el Éxito del Poblado, El tesoro y Laureles), Falabella, La polar y en almacenes especializados en productos para niños, como Pepe Ganga y Baby ganga.

Estadísticas de la población del Mercado Nacional

Colombia tiene una población de 46.677.622 (www.dane.gov.co) Pero inicialmente vamos a vender nuestros productos en el mercado local. Medellín cuenta con una población de 2.368.282 habitantes, lo que la hace la segunda ciudad más poblada de Colombia.

ESTRUCTURA DE LA EDAD EN COLOMBIA

0-14 años: 26.7% (masculino 6,109,495/femenino 5,834,273)

15-64 años: 67.2% (masculino 14,826,008/ femenino 15,208,799)

65 años y más: 6.1% (masculino 1, 159,691/ femenino 1, 587,277) (2011 est.)

TASA DE NACIMIENTOS

17.23 nacimientos/1,000 población (2012 est.)

País comparado con el mundo: 116

CIUDADES MAS POBLADAS

BOGOTA (capital) 8.262 millones; Medellín 2.368 millones; Cali 2.352 millones; Barranquilla 1.836 millones; Bucaramanga 1.065 millones (2009)



TASA DE FERTILIDAD

2.12 niños nacidos/mujer (2012 est.)

País comparado con el mundo: 112

Estadísticas de la población del Mercado Internacional (México)

Para entrar al mercado mexicano nuestra estrategia es hacerlo sin utilizar intermediarios ya que la empresa es nueva y de esta manera se ahorran costos de distribución,

Para esto se debe considerar una entrega "justo a tiempo" y un seguimiento al cliente en las etapas de pre y post venta. El canal de distribución seleccionado debe estar en la capacidad de proporcionar un tipo de comercialización que nosotros al hacerlo directamente no seríamos capaces de desarrollar por nuestra poca experiencia en este mercado.

El canal de distribución que hemos seleccionado cubrirá inicialmente la distribución de nuestros productos, exclusivamente en Ciudad de México, pero posteriormente queremos incursionar en otras ciudades de este país como Monterrey, Guadalajara, Veracruz, entre otras. Por lo tanto, lo haremos en un principio por medio de la venta directa a almacenes de cadena importadores, los cuales compran y vende productos al consumidor final.

Este canal es el más apropiado por el tipo del producto y la naturaleza del mercado. Adicional por que es una buena opción para tener un adecuado control de canal, cobertura del mercado y Costos, los cuales son factores claves para entrar en un nuevo mercado.

La población de México es de 114, 975,406 (Julio 2012 est.) es el país número 11, comparado con el mundo. Nuestros productos están dirigidos a los niños de los 2 a los 12 años, es por esto que nuestro mercado meta son los padres de familia, de estratos socioeconómicos A/B, B y C con altos ingresos y con un alto poder adquisitivo.

ESTRUCTURA DE LA EDAD EN MEXICO

0-14 años: 28.2% (Masculino 16, 395,974/femenino 15,714,182)

15-64 años: 65.2% (Masculino 35, 842,495/ femenino 38,309,528)



65 años y más: 6.6% (Masculino 3,348,495/ femenino 4,113,552) (2011 est.)

TASA DE NACIMIENTOS

18.87 nacimientos/1,000 población (2012 est.)

País comparado con el mundo 102

CIUDADES MAS POBLADAS

Ciudad de México (capital) 19.319 millones; Guadalajara 4.338 millones; Monterrey 3.838 millones; Puebla 2.278 millones; Tijuana 1.629 millones (2009)

TASA DE FERTILIDAD

2.27 niños nacen/mujer (2012 est.)

País comparado con el mundo: 98

HOGARES DE CIUDAD DE MEXICO

2,388,534 (2010 est)

TAMAÑO PROMEDIO DE LOS HOGARES

3.6 (2010 est)

TASA BRUTA DE NATALIDAD

Nacidos vivos por cada 1 000 habitantes: 17.3 (2012 est)

PROMEDIO DE HIJOS NACIDOS VIVOS POR MUJER DE 12 Y MÁS AÑOS

Hijos 2.3 (2010 est)

GASTOS DE LOS HOGARES

Vestido y calzado 1 326 (Pesos a precios constantes de 2010)



4.2.2. Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

- Determinar el mercado apropiado para comercializar los productos de la empresa.
- Determinar la población total de Colombia y de México, dentro de los estratos socioeconómicos definidos
- Determinar la cantidad de ingresos que destinan los padres en Colombia y en México, en vestuario y calzado para sus hijos
- Determinar la población consumidora de nuestros productos
- Determinar la cantidad de niños por familia en Colombia y en ciudad de México
- Descubrir las motivaciones de compra del consumidor

LISTA DE LAS VARIABLES QUE SE ESTUDIARON DE LOS FUTUROS CLIENTES DEL NEGOCIO

- Estructura de la edad
- Tasa de nacimientos
- Tasa de fertilidad
- Ciudades más pobladas
- Promedio de hijos nacidos vivos por mujer
- Tamaño promedio de los hogares
- Población total



-Estratificación socioeconómica

-Número de familias

-Gastos de los hogares

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

El estudio del consumidor se realizó a través de la investigación de fuentes secundarias como Internet.

c) Aplicación de la Medios

Páginas web de entidades como el INEGI, el DANE que realizan estudios y estadísticas de México y de Colombia respectivamente.

d) Resultados del estudio de los consumidores

Población Consumidora

El tipo de consumidor al cual queremos llegar con nuestros productos son almacenes en Colombia y en México especializados en comercializar ropa infantil.

Los consumidores para este tipo de productos son niños entre los 2 a los 12 años, pero quienes realmente hacen la compra, son los padres de familia o personas adultas que buscan un detalle para un niño.

Los padres de familia entre los estratos 4, 5 y 6, más que el precio, a la hora de comprar productos para sus hijos, buscan calidad y un valor agregado para que los niños queden satisfechos.

Las personas en estos estratos por lo general tiene un alto poder adquisitivo y la forma usual de pago es con efectivo y con tarjeta débito o crédito.

Adicional a esto los padres de familia en estos estratos, hacen sus compras en almacenes de cadena, en centros comerciales y en almacenes especializados en vestuario y calzado infantil.



Las compras son motivadas, generalmente por los niños, en la mayoría de los casos es el niño quien toma la decisión de comprar sobre el padre.

Por lo tanto manitos creativas buscara vender sus productos en zonas exclusivas de Colombia y México.

Determinación de la Demanda

Las personas que hacen parte de los consumidores directos del proyecto, son principalmente los niños colombianos entre los 2 y 12 años, que son aproximadamente el 26.7% de una población estimada de 46.677.622. De la población de Medellín, 2.368.282 que va a ser nuestra demanda inicial podemos decir que de cada 100 personas, 36 pertenecen al estrato uno, 27 al estrato dos, 22 al tres, 7 al cuatro, 4 al cinco y 4 al estrato seis. Por lo tanto el 15% de la población de Medellín pertenece a los estratos 4, 5 y 6, estratos hacia los cuales va dirigido nuestros productos.

Nuestros principales clientes van a ser los padres de familia, pero podríamos decir que no son exclusivamente ellos quienes comprarán nuestros productos ya que por las características de estos, la población consumidora pueden ser los abuelos, tíos, amigos, en fin, un gran número de personas que pueden adquirir las prendas para regalos.

Como conclusión podríamos decir que nuestra demanda potencial en Medellín es de 355.242.3 correspondiente al 15% de la población y por nuestra capacidad financiera y de producción, pretendemos inicialmente llegar al 3% de esta población que corresponde a 10.000 personas.

Posteriormente vamos a llegar a otras ciudades de Colombia como Bogotá, Cali, Barranquilla, Armenia, Pereira y Manizales.

La población total de Bogotá, es de 8.262.000, de Cali 2.352.000, de Barranquilla 1.836.000, de Pereira 488.839, de Manizales 414.389 y de Armenia 280.930. En total estas cifras equivalen a una población de 13.634.158, de los cuales 2.045.123.7, están entre los estratos 4, 5 y 6.

Por lo tanto la cobertura que esperamos tener en Colombia sería del 4.4% de la población que sería igual a 2.400.366. Llegando inicialmente al 1% de este porcentaje, lo que equivale a 24.003 personas.



La demanda potencial en ciudad de México son las familias de altos ingresos y alto poder adquisitivo. Pretendemos llegar a los niveles socioeconómicos A/B (Clase Rica) 7.40% , C+ (Clase media alta) 7.20% y C (Clase Media) 25%.

Lo anterior equivale a un porcentaje del 39.6% del mercado.

Nivel socioeconómico A/B (Clase Rica)

Este es el estrato que contiene a la población con el más alto nivel de vida e ingresos del país.

En este segmento el Jefe de Familia tiene en promedio un nivel educativo de Licenciatura o mayor. Los jefes de familia de nivel AB se desempeñan como grandes o medianos empresarios (en el ramo industrial, comercial y de servicios); como gerentes, directores o destacados profesionistas. Normalmente laboran en importantes empresas del país o bien ejercen independientemente su profesión.

Los hogares de las personas que pertenecen al nivel AB son casas o departamentos propios de lujo que en su mayoría cuentan con 6 habitaciones o más, dos 2 ó 3 baños completos, el piso de los cuartos es de materiales especializados distintos al cemento y todos los hogares de este nivel, tienen boiler.

En este nivel las amas de casa cuentan con una o más personas a su servicio, ya sean de planta o de entrada por salida.

Los hijos de estas familias asisten a los colegios privados más caros o renombrados del país, o bien a colegios del extranjero.

Todos los hogares de nivel AB cuentan con al menos un auto propio, regularmente es del año y algunas veces de lujo o importados, y tienden a cambiar sus autos con periodicidad de aproximadamente dos años. Los autos usualmente están asegurados contra siniestros.

En lo que se refiere a servicios bancarios, estas personas poseen al menos una cuenta de cheques (usualmente el jefe de familia), y tiene más de 2 tarjetas de crédito, así como seguros de vida y/o de gastos médicos particulares.



Las personas de este nivel asisten normalmente a clubes privados. Suelen tener casa de campo o de tiempo compartido. Además, más de la mitad de la gente de nivel alto ha viajado en avión en los últimos 6 meses, y van de vacaciones a lugares turísticos de lujo, visitando al menos una vez al año el extranjero y varias veces el interior de la república. La televisión ocupa parte del tiempo dedicado a los pasatiempos, dedicándole menos de dos horas diarias.

Nivel socioeconómico C+ (Clase media alta)

En este segmento se consideran a las personas con ingresos o nivel de vida ligeramente superior al medio.

La mayoría de los jefes de familia de estos hogares tiene un nivel educativo de licenciatura y en algunas ocasiones cuentan solamente con educación preparatoria.

Destacan jefes de familia con algunas de las siguientes ocupaciones: empresarios de compañías pequeñas o medianas, gerentes o ejecutivos secundarios en empresas grandes o profesionistas independientes.

Las viviendas de las personas que pertenecen al Nivel C+ son casas o departamentos propios que cuentan con 5 habitaciones o más, 1 ó 2 baños completos. Uno de cada cuatro hogares cuenta con servidumbre de planta o de entrada por salida.

Los hijos son educados en primarias y secundarias particulares, y con grandes esfuerzos terminan su educación en universidades privadas caras o de alto reconocimiento.

Casi todos los hogares poseen al menos un automóvil, aunque no tan lujoso como el de los adultos de nivel alto. Usualmente tiene un auto familiar y un compacto. Normalmente, sólo uno de los autos está asegurado contra siniestro.

En su hogar tiene todas las comodidades y algunos lujos; al menos dos aparatos telefónicos, equipo modular, compact disc, dos televisores a color, videocassettera, horno de microondas, lavadora, la mitad de ellos cuenta con inscripción a televisión pagada y PC. Uno de cada tres tiene aspiradora.

En este nivel las amas de casa suelen tener gran variedad de aparatos electrodomésticos.



En cuanto a servicios bancarios, las personas de nivel C+ poseen un par de tarjetas de crédito, en su mayoría nacionales, aunque pueden tener una internacional.

Las personas que pertenecen a este segmento asisten a clubes privados, siendo éstos un importante elemento de convivencia social. La televisión es también un pasatiempo y pasan en promedio poco menos de dos horas diarias viéndola.

Nivel socioeconómico C (Clase media)

En este segmento se considera a las personas con ingresos o nivel de vida medio.

El jefe de familia de estos hogares normalmente tiene un nivel educativo de preparatoria y algunas veces secundaria. Dentro de las ocupaciones del jefe de familia destacan pequeños comerciantes, empleados de gobierno, vendedores, maestros de escuela, técnico y obreros calificados.

Los hogares de las personas que pertenecen al nivel C son casa o departamentos propios o rentados que cuentan en promedio con 4 habitaciones y 1 baño completo.

Los hijos algunas veces llegan a realizar su educación básica (primaria/secundaria) en escuelas privadas, terminando la educación superior en escuelas públicas.

Dos de cada tres hogares de clase C sólo posee al menos un automóvil, regularmente es para uso de toda la familia, compacto o austero, y no de modelo reciente; casi nunca está asegurado contra siniestros.

Cuentan con algunas comodidades: 1 aparato telefónico, equipo modular, 2 televisores, y videocassettera. La mitad de los hogares tiene horno de microondas y uno de cada tres tiene televisión pagada y PC. Muy pocos cuentan con servidumbre de entrada por salida.

En cuanto a instrumentos bancarios, algunos poseen tarjetas de crédito nacionales y es poco común que usen tarjeta internacional.

Dentro de los principales pasatiempos destacan el cine, parques públicos y eventos musicales. Este segmento usa la televisión como pasatiempo y en promedio la ve diariamente por espacio de



dos horas. Gustan de los géneros de telenovela, drama y programación cómica.

Estas familias vacacionan en el interior del país, aproximadamente una vez por año van a lugares turísticos accesibles (poco lujosos).

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

-EPM- UNE

Es una empresa prestadora de servicios la cual ofrecerá un gran portafolio de servicios como energía, acueducto, gas, alcantarillado.

-COMCEL

Es la empresa operadora de telefonía móvil celular y es importante en nuestra empresa, ya que requerimos de Comunicación Celular.

-ASEO Y SOSTENIMIENTO

A&S S.A., Es una empresa de servicios de outsourcing, constituida en 1989 con el objeto de prestar servicios de apoyo parciales o totales a la empresa en sus diferentes procesos.

Desde el 2002 cuentan con certificado ICONTEC en Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001.

-EXTINTORES VULCANO Y SEGURIDAD LTDA

Accesorios de Protección Personal - Equipos contra Incendio-Señalización e Identificación - Extintores Portátiles y Rodantes - Recarga y Mantenimiento.

-AOCDIGITAL

Es una empresa dedicada a la venta de partes para portátiles, importadores directos y licencias.

-WEB2MASTER

Es una empresa dedicada a prestar servicios de hospedaje, registro de dominios, diseño de páginas web, posicionamiento web, marketing en motores de búsqueda, y asesoría para implementar internet como herramienta de negocios en Colombia y América Latina.

**-HACEB**

Industrias Haceb S.A. es una compañía con 70 años en el mercado. Manufactura productos de calefacción y refrigeración doméstica y comercial, los que comercializa a través de distribuidores autorizados en Colombia y el exterior.

-COMPUMUEBLES

Reconocida por su alto nivel de calidad en todos sus productos, gracias a la implementación de la norma ISO 9001, que garantiza el cumplimiento de los más rigurosos estándares internacionales en la elaboración de soluciones modulares para la administración eficiente del espacio.

-ESPINOSA Y URIBE

Contadores públicos asociados con empresas de Medellín

-ENCLAVE

Conformada por jóvenes abogados altamente capacitados, libres de pensamientos jurídicos del pasado, que están cambiando la forma de ejercer el Derecho para realmente brindar solución y estabilidad a sus clientes, jóvenes con valores y con la determinación de solucionar los problemas jurídicos por el camino correcto. Todos son especialistas en sus respectivas áreas del Derecho. Estamos a la vanguardia en temas de actualidad jurídica. La juventud es nuestra mayor fortaleza.

-IPSOFACTO EXPRESS

Empresa dedicada al servicio de mensajería en vehículos de dos ruedas, con excelentes costos, seguridad y competencias Sena.

-ARFER

Empresa dedicada a la elaboración de Marquillas estampadas en Satín, Nylon, Poliéster, entre otros. Etiquetas en diferentes materiales y terminados. Tarjetas personales en variedad de terminados. Cajas, Manillas, Apliques, Volantes, Adhesivos, Portaescarapelas contramarcadas.

-PROHESA SAS

Inició labores el quince (15) de Mayo de mil novecientos ochenta y siete (1987). Bajo escritura pública N°1324.

Fue creada como una filial de la empresa Enka de Colombia S.A., para atender parte del mercado



nacional textilero en la fabricación y comercialización de hilos especiales.

Su objetivo social se centra en el procesamiento de fibras, hilos o hilazas a base de fibras sintéticas, o combinación de materiales en estado natural transformados, semiprocesados o semimanufacturados, para la industria textil o similar.

-ESTAMPADOS EL TALLER

Empresa con 23 años de experiencia en el mercado textil. Constantemente a la vanguardia en tendencias de moda y en diferentes técnicas e insumos, se mantienen actualizando por medio de ferias internacionales, nacionales, e Internet, entre otros. Cuentan con diferentes equipos de alta tecnología para la estampación, el bordado y el corte láser tales como pulpos automáticos, mesas para estampación, pulpos manuales, maquinas bordadoras, pegado de lentejuelas, sublimadoras de gran formato y corte láser, dando así a nuestros clientes una amplia gama de posibilidades en áreas, técnicas y acabados.

-CONFECCIONES Y ENTRETELAS LTDA

Confecciones y Entretelas Ltda. Fue constituida el 13 de febrero de 1988, en el municipio de Medellín, con el objeto de producir y comercializar confecciones en general, comprar y vender telas, entretelas e insumos, tanto nacionales como extranjeros.

Esta empresa cuyo objeto social era la confección de camisas para hombre y niño, encontró que en el mercado había una demanda insatisfecha en el proceso de fusionado para todo tipo de prendas, ya que algunas requieren entretela para mejorar su apariencia o como ayuda para su confección.

- ACRYLPAINT DE PILMILAR

Es una empresa de tintas artísticas, decorativas y materiales escolares que distribuye sus productos en todo América Latina.

Fundada en 1964 y ofrece productos de alta calidad

-PROTELA S.A

En Bogotá, el 12 de julio de 1950, el ciudadano alemán Alfredo Weil fundó a Protela. Es un negocio de elaboración y comercialización de textiles para usos en vestuario, actividades industriales y comerciales.

Protela fabrica tejidos de punto y textiles no tejidos de alta calidad, en una cadena que integra



procesos de diseño, tejeduría, tinte, estampación, acabados y confección. Las actividades comerciales están concentradas principalmente en América, con filiales en México, Venezuela y Ecuador y representantes comerciales en otros mercados.

-MANUFACTURAS ELIOT S.A

Es una empresa industrial y comercial de textiles y confecciones con más de 50 años de experiencia en el mercado, que se encuentra entre las 100 empresas más grandes de Colombia y hacer parte de los más importantes grupos textiles del país. Aproximadamente el 65% de su producción se comercializa en el mercado nacional y el 35% en el exterior.

En 1992 inició operaciones de exportación a los mercados de Venezuela y Ecuador, países en los que se ha posicionado como una de las empresas más importantes de su ramo. Diez años después, en 2002, incursionó en el mercado mexicano.

-AGENTE DE CARGA COLTRANS

COLTRANS S.A.S. es una agencia de carga internacional fundada desde febrero de 1988, cuyo objetivo es servir como intermediario entre su empresa y todos los entes involucrados en la cadena logística, para la importación o exportación de sus mercancías desde Colombia hacia cualquier lugar en el mundo y viceversa, buscando satisfacer sus necesidades. Cuenta con la certificación ISO 9001:2008 (aplica para Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla, Bucaramanga y Pereira), certificación BASC (aplica para Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla), y certificación IATA; que respaldan el servicio, la experiencia y la confianza que usted necesita

-AGENCIA DE ADUANAS COLMAS

Es una Agencia de Aduanas Nivel 1 fundada en 1995 la cual dirige sus objetivos hacia la atención integral de las empresas que requieran asesoría en el manejo eficiente de sus Importaciones y exportaciones.

Frente a la necesidad de ser cada vez más competitivos, COLMAS LTDA. Se presenta como la solución para sus nacionalizaciones y exportaciones en el menor tiempo posible. Su experiencia basada en un servicio especializado en el manejo de la información y de la carga, la ha llevado a posicionarse como una empresa de alta confiabilidad y respaldo para sus clientes.

-ROSSE



Rosé es una empresa dedicada a la confección, maquila, comercialización y distribución de ropa Colombiana

Ofrecen servicio de paquete completo textil en Colombia con confección de óptima calidad, tiempos oportunos de entrega y excelentes precios. Exportadores con una trayectoria de 11 años a toda Latinoamérica lo cual garantiza nuestra responsabilidad y compromiso con los clientes.

-DESPEGAR.COM

Agencia de viajes on line, líder en Latinoamérica fundada en 1999, con oficinas en nueve países de la región. Tiene una base de 4 millones de usuarios registrados y un tráfico anual de 18 millones de visitantes. Con 500 empleados y la aspiración de incluir 208 profesionales más para el año en curso, la compañía facturó 125 millones de dólares en 2007

-RESORTES Y ELASTICOS

accesorios para confecciones textiles, materiales y suministros para el área textil, textiles y prendas de vestir

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

- Entrega oportuna
- Precio
- Calidad
- Confiabilidad
- Reconocimiento en el mercado
- Capacidad de producción
- Certificaciones
- Origen
- Crédito



-Valor agregado

-Beneficios

-Capacidad de respuesta

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

La investigación se realizó por medios informativos como

-Internet

-Revistas

-Directorios

-Cotizaciones

c) Aplicación de la Medios

Por medio de las páginas web, analizando por Internet, páginas amarillas, revistas de confecciones y textiles, teléfono y también visitando a los proveedores para hacer cotizaciones.

d) Resultados del estudio de los proveedores

PROVEEDORES					
NOMBRE	PRODUCTO/SERVICIO	DIRECCION	TELEFONO	CONTACTO	FORMA DE PAGO
ELIOT SA	TELA ALGODÓN 100%	CRA. 11 NO. 71-73 OF. 405	(57-1) 321 575	MARTHA ISABEL LONDOÑO	CONTADO
PROTELA S.A	LYCRA	CL 32 F 76-140	(57) (4) 4110611	PAULA ALZATE	CONTADO
ACRYLPENT DE PILMILAR	MARCADORES INDELEBLES	CALLE TRES NO 47 LOCAL F 6 COL .FRACC. INDUSTRIAL NAUCALPA N	18008007 979	VENTAS@PILMILAR.COM	CONTADO
CONFECCIONES Y ENTRETELAS LTDA	ENTRETELA	CL30 54ª-27 ZONA LIND DE BELEN	574 235 31 77	RAUL SAMBRANO	CONTADO
ESTAMPADOS EL TALLER	ESTAMPACION	CR 45 14 110	574 3118724	CRISTIAN VELEZ	CONTADO
PROHESAS SAS	HILOS	CRA 50ª NO 43 -33 ITAGUI ANTIOQUIA	57437111 06	CARLOS ECHEVERRI	CONTADO
ARFER SAS	MARQUILLAS Y ETIQUETAS	CI 32 C N° 80 A 84 Castellana	574 4131091	PABLO GOMEZ	CONTADO
UNE	INTERNET	CRA 65 # 29-149	574 4444141	MARIA ADELAIDA VELEZ	CONTADO
COMCEL	TELEFONIA CELULAR	CRA 55 # 49-101 MEDELLIN	574 5109300	JUAN CARLOS ESTRADA	CONTADO
ASEO Y SOSTENIMIENTO	IMPLEMENTOS DE ASEO	Transversal 5A No. 45 - 63 Poblado, sector Patio Bonito	574 448 48 50	MIGUEL ESPINAL	CONTADO

DE NEGOCIOS MANITOS CREATIVAS.docx-Plan de Negocios

EXTINTORES VULCANO	EXTINTORES	Cr 64C 75 ^a -08	574 257 06 18	NORA SANDOVAL	CONTADO
AOCDIGITAL	PARTES PARA PORTATILES	Calle 48 D # 65 A - 57 C.C. carrusel, locales 8 Y 9	574 260 58 48	SANDRA MILENA ORTIZ	CONTADO
WEB2MASTER	PAGINAS WEB	CR 74B N 80-30 Bogotá	571 4917002	SEBASTIAN DUQUE	CONTADO
HACEB	ELECTRODOMESTICOS	Autopista Sur No.1-21	574 2552100	DANIEL SUAREZ	CONTADO
COMPUMUEBLES	MODULOS Y MOBILIARIO DE OFICINA	Calle 38 sur N°. 72L-12	571 4506475	LORENA TORRES	CONTADO
ESPINOZA Y URIBE	CONTADORES	Cl 55 46 14 Of 908	574 2510811	CARMEN MARTINEZ	CONTADO
ENCLAVE	ABOGADOS	Circular 74 B # 39 - 25. Edificio Coquivacoa	574 4113894	CESAR GOMEZ	CONTADO
IPSOFACTO EXPRESS	MENSAJERIA	Cra 71 N° 80-63 Int 301	574 2570368	GLADIS NARANJO	CONTADO
PANAMERICANA	COMPUTADORES	Cl 7 Sur 43-150 Colombia - Antioquia, Medellín	574 3126225	ARTURO BOTERO	POR COMPRAS SUPERIORES A 350.000\$: CUOTA INICIAL DEL 25% Y CHEQUES POSFECHADOS A 12 MESES
RESORTES Y ELASTICOS	ELASTICOS PARA CONFECCION	CR53 49-47 L-183, MEDELLÍN	574 2512665	ALVARO CADAVID	CONTADO
DESPEGAR.COM	HOTELES Y TIQUETES	www.despegar.com			CONTADO O CREDITO



PLAN

DE NEGOCIOS MANITOS CREATIVAS.docx-Plan de Negocios

ROSSE	CONFECCION- PAQUETE COMPLETO	Calle 69 A No 27 - 28	310 892 72 75	ROSA MARIA ALVAREZ	CONTADO
-------	------------------------------------	--------------------------	------------------	-----------------------	---------

PROVEEDORES	CALIDAD	CUMPLIMIENTO
ELIOT SA	EXCELENTE	OPORTUNO
PROTELA S.A	EXCELENTE	OPORTUNO
ACRYLPENT DE PILMILAR	EXCELENTE	OPORTUNO
CONFECCIONES Y ENTRETRELAS LTDA	EXCELENTE	OPORTUNO
ESTAMPADOS EL TALLER	EXCELENTE	OPORTUNO
PROHESA SAS	EXCELENTE	OPORTUNO
ARFER SAS	EXCELENTE	OPORTUNO
UNE	EXCELENTE	OPORTUNO
COMCEL	EXCELENTE	OPORTUNO
ASEO Y SOSTENIMIENTO	EXCELENTE	OPORTUNO
EXTINTORES VULCANO	EXCELENTE	OPORTUNO
AOCDIGITAL	EXCELENTE	OPORTUNO
WEB2MASTER	EXCELENTE	OPORTUNO



DE NEGOCIOS MANITOS CREATIVAS.docx-Plan de Negocios

HACEB	EXCELENTE	OPORTUNO
COMPUMUEBLES	EXCELENTE	OPORTUNO
ESPINOZA Y URIBE	EXCELENTE	OPORTUNO
ENCLAVE	EXCELENTE	OPORTUNO
IPSOFACTO EXPRESS	EXCELENTE	OPORTUNO
PANAMERICANA	EXCELENTE	OPORTUNO
RESORTES Y ELASTICOS	EXCELENTE	OPORTUNO
DESPEGAR.COM	EXCELENTE	OPORTUNO
ROSSE	EXCELENTE	OPORTUNO

PROVEEDORES	PRODUCTOS	CANTIDAD	PRECIO
ELIOT SA	TELA 100% ALGODÓN	1 METRO	6.100\$
	RIB	1 METRO	1.000\$
PROTELA S.A	LYCRA	1 METRO	20.000\$
	FORRO	1 METRO	8.000\$
	SESGO	1 METRO	600\$
ACRYLPENT DE PILMILAR	MARCADORES INDELEBLES	CAJA X 10	3.450\$
	PINTELA	UNIDAD	1.200\$
CONFECCIONES Y ENTRETRELAS LTDA	TELA NO TEJIDA ENTRETRELA	1 METRO	1.590\$
ESTAMPADOS EL TALLER	TRANSFER VINILO TEXTIL SERIGRAFIA PEDRERIA	UNIDAD	1.000\$
PROHESA SAS	HILOS PARA CONFECCION	TUBINO	1.000\$
ARFER SAS	MARQUILLAS	1000 Unidades	20.000\$



DE NEGOCIOS MANITOS CREATIVAS.docx-Plan de Negocios

	ETIQUETAS	1000 Unidades	50.000\$
	TARJETAS PERSONALES	1000 Unidades	50.000\$
UNE Y EPM	INTERNET	X MES	200.000\$
	SERVICIOS PUBLICOS	X MES	400.000\$
COMCEL	TELEFONIA MOVIL	4	400.000\$
ASEO Y SOSTENIMIENTO	SERVICIOS DE ASEO	X MES	700.000\$
EXTINTORES VULCANO	EXTINTORES PARA OFICINA	4	260.000\$
AOCDIGITAL	MICROSOFT OFFICE 2007	4	\$ 262.700
	SOFTWARE DE DISEÑO (COREL DRAW)	1	1.033.000\$
WEB2MASTER	DISEÑO DE PAGINAS WEB	1	800.000\$
HACEB	NEVERA	1	800.000\$
	MICROONDAS	1	129.000\$
	CAFETERA	1	40.000\$
COMPUMUEBLES	SILLAS ESCRITORIOS	4	3.000.000\$
ESPINOZA Y URIBE	Outsourcing de contabilidad	Manejo de procesos contables x mes	300.000\$
ENCLAVE	Registro de marca Constitución legal de la empresa	Manejo de Procesos legales	1.200.000\$
IPSOFACTO EXPRESS	MENSAJERIA	VARIA SEGÚN LA NECESIDAD	4.500\$ X PIEZA
PANAMERICANA	-PORTATILES Y COMPUTADOR	4	3.300.000\$
	-MUEBLES Y ENSERES		951.000\$



	-PAPELERIA	X 3 MESES	361.550\$
RESORTES Y ELASTICOS	RESORTES Y ELASTICOS PARA CONFECCION	1 METRO	750\$
DESPEGAR.COM	TIQUETES Y HOTELES	1 PAQUETE PARA 1 PERSONA	877 USD
ROSSE	PAQUETE COMPLETO -MOLDERIA -CORTE -CONFECCION -ETIQUETADO -REVISADO- -EMPAQUE	De 500 prendas en adelante	VARIA DE ACUERDO AL SERVICIO Y AL VOLUMEN -CONFECCION DE 3.500\$ A 7.000\$ -CORTE DE 200\$ EN ADELANTE

4.6 El Mercado Competidor

4.4.3 Competidores

NACIONALES

-EPK

EPK es una cadena de tiendas especializada en la venta de ropa y accesorios para bebés y niños de 0 meses a 12 años, nos caracterizamos por tener más de 15 años de experiencia internacional en el diseño de prendas de estilo moderno y “chic”, adaptando las últimas tendencias de la moda al público infantil.

En Colombia EPK opera desde hace cinco años, destacándose no sólo por sus diseños y precios accesibles para todos los niveles y estratos económicos, sino también, por las amplias tiendas con “look” de boutique con las que contamos, en las que se destaca la versatilidad y dinamismo de la marca.



-HERMECO-OFFCORSS

Compañía dedicada al diseño, producción y comercialización de propuestas completas de vestuario y accesorios para bebés, niños y niñas.

OFFCORSS es una marca establecida desde el año 1979, con amplia experiencia en el mercado infantil, que ha acompañado a los niños desde que nacen hasta entrar a su adolescencia.

INTERNACIONALES

-DISEÑOS ESPAÑOLES

Es una empresa que ofrece alta calidad en ropa infantil. Con una trayectoria de 29 años en el mercado, son líderes en México en la fabricación de ropa y zapatos para niños. Es una de las empresas más puntuales y vanguardistas en este ámbito.

No son mayoristas pero tienen una venta de fábrica cada 3 meses en donde se puede comprar de menudeo a precio de mayorista.

-ILUSION

Diltex, S.A. De C.V

Ilusión es una empresa 100% mexicana fundada en 1949 dedicada al diseño, producción y comercialización ropa exterior, cosméticos y artículos para el hogar. En un México de los años 50, la Ilusión de hacer un fondo se cristalizó en toda una empresa 100% mexicana que actualmente nos caracteriza por nuestros valores de **confiabilidad, flexibilidad, cercanía y actualidad** que nos ha mantenido como líderes en la venta de catálogo. En 1995 Ilusión comienza sus operaciones de exportación a Estados Unidos y Latino América, Centroamérica, teniendo presencia en países como Guatemala, El Salvador, Costa Rica, Panamá y Colombia.

Ilusión cuenta con más de 200 tiendas en la República Mexicana, además de puntos de venta en los países antes mencionados.



4.4.4 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

- Capacidad de producción
- Canales de distribución
- Participación en el mercado
- Presentación de los productos (Empaque, valor agregado)
- Imagen corporativa
- Reconocimiento de la marca
- Precios de los productos
- Tecnología utilizada en la elaboración de los productos.
- Servicio al cliente
- Trayectoria en el mercado

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

- Cotizaciones
- Internet
- Directorios
- Visitas

c) Aplicación de la Medios

Por medio de las páginas web, analizando por Internet, prensa escrita, afiches, páginas amarillas, teléfono, los anuncios hechos por la competencia, presentaciones y ferias.

d) Resultados del Estudio de la Competencia



COMPETENCIA NACIONAL			
NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO	CONTACTO
EPK	CALLE 82 N° 11-75.	(541) 4168472	ANGELA TORRES
HERMECO-OFFCORSS	CRA 46 # 27-59	(574) 2329092	ALEJANDRA BUITRAGO MONTROYA
COMPETENCIA INTERNACIONAL			
NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO	CONTACTO
DISEÑOS ESPAÑOLES S.C. DE R.L. DE C.V.	ESCAPE # 24A, COL. ALCE BLANCO, NAUCALPAN DE JUAREZ, EDO. DE MÉXICO.	(01-55) 46-28-21-00. C.P. 53370	ventas@disenosespanoles.com
DILTEX, S.A. DE C.V	AV. PRIMERO DE MAYO NO.125 COL. SAN ANDRÉS ATOTO, NAUCALPAN, EDO. DE MÉXICO. C.P. 53500	01-800-000-1700	Ventas@ilusion.com.mx

4.5 El Mercado Distribuidor

4.5.1 Distribución

La distribución de los productos la haremos por medio de almacenes de cadena dirigidos a los



estratos 4,5 y 6 en Colombia y A/B, B y C en México ya que estos almacenes tienen experiencia y trayectoria en la comercialización de ropa infantil y por medio de ellos podemos llegar a cubrir mayor parte del mercado.

4.5.2 Distribución a través de terceros

a) Defina las variables que se estudiaron del mercado Distribuidor

- Imagen
- Trayectoria en el mercado
- Confiabilidad
- Condiciones de compra
- Políticas de pagos
- Ubicación
- Productos
- precios

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado distribuidor

Investigamos los posibles distribuidores por medio de internet, observando la página web de cada uno de los distribuidores, comparando precios con los del mercado y pidiendo cotización de algunos productos semejantes que ellos distribuyeran para niños.

c) Aplicación de la Medios

Las cotizaciones se enviaron directamente a cada una de las personas de contacto, vía e-mail, estas fueron redactadas en la última semana de agosto, obteniendo respuesta el 1 de septiembre, también por medio de observación de sus páginas web, accediendo como un posible cliente.

d) Resultados del Estudio del mercado Distribuidor

**NACIONALES****-ALMACENES ÉXITO S.A**

Grupo Éxito es una compañía de comercio al detal en Colombia. Cuenta con 418 puntos de venta entre los que se encuentran hipermercados, supermercados, tiendas de descuento y tiendas especializadas, distribuidos de la siguiente manera en Colombia 200 Éxito, 75 Carulla, 84 Surtimax y 7 Otros. En Uruguay cuenta con 52 puntos de venta distribuidos así: 24 Devoto, 27 Disco y 1 Geant. En la actualidad, el Grupo Casino es el socio mayoritario.

INDUSTRIA: Distribución Productos Ropa, electrodomésticos, alimentos, papelería, etc. Marcas Éxito, Carulla, Surtimax y Home Mart.

Dirección: Cra 48 # 32B Sur – 139 Envigado

Teléfono: 574 3396565

Contacto: Claudia Herrera

E-mail: claudiap.herrera@grupo-exito.com

Pagos a 120 días

-FALABELLA COLOMBIA S.A

Es un holding chileno, comercializador de productos que opera bajo los conceptos de tiendas por departamentos, mejoramiento del hogar homecenters, supermercados e hipermercados, con presencia en Chile, Argentina, Perú y Colombia.

INDUSTRIA: Retail.

PRODUCTOS: Tiendas Por Departamentos, Supermercados, Tarjeta de Crédito, Banco, Distribuidora de Artículos para el hogar.

Dirección: Cll 99 # 11ª - 32

Teléfono: 571 7420404

Contacto: Alba Garzón



E-mail: agarzon@falabella.com.co

Pagos a 60 días

-CARREFOUR COLOMBIA S.A

Es una cadena multinacional de distribución de origen francés, siendo el primer grupo europeo y segundo mundial del sector. el grupo posee 15 937 tiendas en 33 países (19 países integrados) 8302 tiendas en Europa (excepto Francia) 5494 tiendas en Francia, 5023 tiendas en España, 1385 tiendas en América Latina y 756 en Asia.

INDUSTRIA :Minorista

PRODUCTOS: Alimentación, droguería, electrónica, perfumería, deportes, ropa, entre otros.

Dirección: Ave 9 # 125-30

Teléfono: 571 6579797

Contacto: Paola Pérez

E-mail: paola_perez@carrefour.com

Pagos a 90 días

-PEPE GANGA

Pepe Ganga es hoy en día reconocido como el mayor vendedor de juguetería, con las mejores marcas nacionales e internacionales, amplia oferta de productos para el hogar, entretenimiento, belleza, deportes, temporadas y confitería. Por otra parte, Baby ganga es la tienda especializada líder en la venta de artículos y ropa para bebés.

Dirección: Cll 109 # 18-05

Teléfono: 571 4865050

Contacto: Carolina Fernández



E-mail:

Pagos a 60 días

INTERNACIONALES

-EL PALACIO DE HIERRO

Es una empresa mexicana que opera tiendas departamentales de lujo. Fue la primera sociedad anónima en el ámbito comercial en México.

Cuenta con más de 20 tiendas en la ciudad de México, las cuales son inspiradas en las tiendas más famosas de Francia.

TIPO: Grandes almacenes

INDUSTRIA: Comercio minorista, Gran almacén,

PRODUCTOS: Ropa, cosméticos, electrónica, muebles.

MARCAS: Jimmy Choo Ltd., Bally, Óscar de la Renta, Bottega Veneta, Estée Lauder, Cartier, Chloé, Chopard, Dior, Emporio Armani, Chanel, Burberry, Ermenegildo Zegna, Giuseppe Zanotti, Bulgari, Givenchy, Gucci, Hermés, Hugo Boss, Lanvin, Loewe, Louis Vuitton, Marc Jacobs, Mont Blanc, Moschino, Salvatore Ferragamo, Stella McCartney, Tiffany & Co., Yves Saint Laurent entre otras.

DIRECCIÓN: Av. 20 de Noviembre No. 3

Col. Centro. C.P.06060.

México, D.F.

TELÉFONO: 5728-9905

-TIENDAS LIVERPOOL



Es una empresa mexicana, operadora de las tiendas departamentales más grandes en México. Constituida como una sociedad tenedora de acciones que desarrolla sus actividades en tres divisiones principales: Es líder en el ramo del comercio en almacenes departamentales en la República Mexicana. Opera 91 almacenes, 62 con el nombre de *Liverpool*, 23 bajo el nombre de *Fábricas de Francia* y 6 con la modalidad *Duty Free*.a comercial, la inmobiliaria y la de crédito que son apoyadas con una división de servicios.

TIPO: Grandes

INDUSTRIA: Comercio minorista, Tiendas de descuento, supermercados e hipermercados
Productos Ropa, cosméticos, electrónica, muebles.

MARCAS: Sony, Nike, Óscar de la Renta, Estée Lauder, Hewlett Packard, LG Electronics, Samsung, Gabite, Giorgio Armani, Chanel, Dolce & Gabbana, Calvin Klein, Ralph Lauren, GAP, Perry Ellis, Tommy Hilfiger, Lacoste, Hugo Boss, Carolina Herrera, Christian Dior, Paco Rabanne, Nina Ricci, entre otras.

DIRECCION: Venustiano Carranza # 92 Col. Centro, C.P. 06060

TELEFONO: 01 55 51 33 28 00

-TIENDA CAMPANITA

Venta de ropa para bebe ubicada en el estado de estado de distrito federal México.

DIRECCION: Calle San Fernando 649-1 Loc 14.

TELEFONO: 5556060021

4.5.3 Distribución Directa

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

Adicional a la venta a través de almacenes de cadena en Colombia y en México también venderemos los productos directamente a nuestros clientes contando con una vendedora y un supervisor de ventas que se encargaran de hacer las negociaciones nacionales e internacionales.



También venderemos los productos al consumidor final, por medio de nuestra página WEB

b) Fuerza de ventas

CARGO	FUNCIONES	PERFIL	
Supervisor de ventas mercadeo Y comercio internacional	Reporte nivel de ventas, supervisar vendedores y ventas, obtener clientes.	Profesional bilingüe en negocios internacionales	
	REQUERIMIENTO	ACTIVIDAD	SALARIO



DE NEGOCIOS MANITOS CREATIVAS.docx-Plan de Negocios

	Portátil Celular escritorio silla	Supervisar vender	\$ 1'000.000\$
--	--	-------------------	----------------

CARGO	FUNCIONES	PERFIL	
Vendedor	Conseguir clientes, vender y administrar asesorías.	Tecnólogo en mercadeo especializado en ventas, con 1 año de experiencia	
		REQUERIMIENTO	ACTIVIDAD
			Ventas y asesorías



	Portátil y celular		
--	--------------------	--	--

4.5.4 Manejo de Inventarios

En cuanto a los inventarios, analizamos variables que dependen de la determinación final de tener un porcentaje determinado de inventarios, para no dejar agotar a cero el inventario lo que nos haría perder el goodwill, pero tampoco llegar a tener exceso de inventario, lo que incurriría para la empresa en gastos innecesarios. Debemos hacer una adecuada planeación de la demanda total, una adecuada optimización de inventarios, control de inventarios y política de inventario.

La producción del pedido de 3.884 prendas se demora 1 mes Por lo tanto el nivel de inventario que debemos tener inicialmente en la empresa es de 7.768 prendas.

POLITICAS DE INVENTARIO

-Ventas.- Maximizar cobertura de pedidos.

-Producción.- Maximizar coberturas de materias primas; minimizar change overs en líneas de producción; Aplanar el plan de producción y evitar picos; maximizar la utilización de maquinaria y personal: minimizar tiempos muertos.

-Compras.- Minimizar costos unitarios de materia prima; identificar proveedores confiables.

-Finanzas.- Minimizar la inversión en inventarios: reducir el riesgo financiero.; maximizar el flujo de efectivo.

4.5.5 Comunicación

1. Nombre comercial de los productos

-Pijamas manitos



- Camisetas manitos indeleble
- Camisetas manitos pintura
- Delantal manitos
- Vestidos de baño creativo

2. Especificaciones del empaque

El empaque en el cual vienen las prendas de manitos creativas es hecho en entretela de diferentes colores. El empaque tiene un valor agregado ya que sirve como empaque de regalo pero después puede ser utilizado por el niño para guardar lo que desee. Este empaque puede ir marcado con el nombre del niño o como lo desee el cliente final. Todas estas especificaciones las puede hacer por medio de nuestra página web.

3. Nombre de la empresa

Manitos Creativas

4. Colores distintivos de la empresa y logo

Colores pasteles: Verde, amarillo, naranja, fucsia, azul y morado



4.5.6 Actividades de promoción y divulgación

-Tendremos una página web de la empresa la cual nos facilitara el contacto con nuestros clientes tanto en Medellín, como en México, sin importar la diferencia de horario, si la hubiera; y para hacer más ágiles y oportunos los pedidos, reclamos o sugerencias.



-En la página también encontraremos un catálogo de todos nuestros productos para realizar pedidos en línea, manteniendo este actualizado en cuanto a referencias, colores, diseños y materiales.

-Tendremos un catálogo impreso para las ventas en Medellín, con las mismas características que el catálogo de la página web.

-Participaremos en ferias como Colombiamoda, Colombiatex, en Colombia, y en México participaremos en ferias como Expo Tu Bebé y Tú México D.F, la cual tiene como fin reunir las empresas y profesionales vinculados al mundo de la moda infantil.

-Tendremos una fuerza de ventas en Medellín compuesta por 1 vendedor y un coordinador de ventas, el cual será el impulsador y jefe del vendedor, pero supervisado por el gerente de la compañía.

4.6 Precios de los Productos

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

Costos
Porcentaje de utilidad
Mano de obra
Valor agregado
Precios del mercado
Calidad
Demanda

4.6.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

- Acarreo local 96.240\$
- Agenciamiento aduanero= 0.4% del valor FCA= 382.355\$
- Elaboración y trámite DEX 50.000\$ + IVA=58.000\$



DE NEGOCIOS MANITOS CREATIVAS.docx-Plan de Negocios

- Comunicaciones 42.000\$ + IVA=48.720\$
- Zuncho y plastificado para cajas pequeñas en exportación aérea 3.000\$ C/U
- Certificados de origen 50.500\$ + IVA=58.580\$
- Manejo de archivo 21.000\$ X Operación
- Flete aéreo para 150 Kilos 1.80 USD x Kilo= 270 USD
- Due Agent= 50 USD X HAWB=90.400
- Due Carrier= 25 USD X HAWB=45.200
- Total flete=345 USD= 623.760\$
- T.C ALAICO= 1808 USD
- Producto para exportación= aproximado de 3.884 Unidades (P1=850, P2=850, P3=850, P4=667, P5=667)
- EXW=95.070.267\$
- FCA= 95.938.582\$
- CPT=96.697.942\$

Margen de utilidad del 50%

-\$ Estimado Producto 1: 28.800\$

Nombre del producto	Pijama manitos			
Referencia	001			
Precio de venta	28.736\$			
Materias primas e insumos	Unidad de Compra	Costo por Unidad	Unidades utilizadas	Costo
Tela 100% Algodón	1 Metro	6.100\$	0.61 Metros	3.728\$
Rib	1 Metro	1000\$	0.10 Metros	100\$



DE NEGOCIOS MANITOS CREATIVAS.docx-Plan de Negocios

Elástico	1 Metro	750\$	0.20	150\$
Marcadores	Caja x 10	1.150\$	3	3.450\$
Marquilla	1000 Unidades	20.000\$	2	40\$
Etiqueta	1000 Unidades	50.000\$	2	100\$
Costo total de las materias primas				7.568\$
Otros costos variables: Mano de obra empaques				6.800\$
Total de otros costos variables				6.800\$
Costo variable total =(Materias primas + otros costos variables)				14.368\$

-\$ Estimado Producto 2: 25.800\$

Nombre del producto	Camiseta manitos indeleble			
Referencia	002			
Precio de venta	25.720\$			
Materias primas e insumos	Unidad de Compra	Costo por Unidad	Unidades utilizadas	Costo
Tela 100% Algodón	1 Metro	6.100\$	0.40 Metros	2.440\$
Rib	1 Metro	1000\$	0.10 Metros	100\$
Marcadores	Caja x 10	1.150\$	3	3.450\$
Marquilla	1000 Unidades	20.000\$	1	20\$
Etiqueta	1000	50.000\$	1	50\$



DE NEGOCIOS MANITOS CREATIVAS.docx-Plan de Negocios

	Unidades		
Costo total de las materias primas			6.060\$
Otros costos variables: Mano de obra empaques			6.800\$
Total de otros costos variables			6.800\$
Costo variable total =(Materias primas + otros costos variables)			12.860\$

-\$ Estimado Producto 3: 26.100\$

Nombre del producto	Camiseta manitos pintura			
Referencia	003			
Precio de venta	26.020\$			
Materias primas e insumos	Unidad de Compra	Costo por Unidad	Unidades utilizadas	Costo
Tela 100% Algodón	1 Metro	6.100\$	0.40 Metros	2.440\$
Rib	1 Metro	1000\$	0.10 Metros	100\$
Pintela	1 Frasco	1.200	3	3.600
Marquilla	1000 Unidades	20.000\$	1	20\$
Etiqueta	1000 Unidades	50.000\$	1	50\$
Costo total de las materias primas				6.210\$
Otros costos variables: Mano de obra empaques				6.800\$
Total de otros costos variables				6.800\$
Costo variable total =(Materias primas + otros costos variables)				13.010\$



costos variables)	
-------------------	--

-\$ Estimado Producto 4: 18.800\$

Nombre del producto	Delantal manitos			
Referencia	004			
Precio de venta	18.748\$			
Materias primas e insumos	Unidad de Compra	Costo por Unidad	Unidades utilizadas	Costo
Entretela	1 Metro	1.590\$	0.60	954\$
Rib	1 Metro	1000\$	0.10 Metros	100\$
Marcadores	Caja x 10	1.150\$	3	3.450\$
Marquilla	1000 Unidades	20.000\$	1	20\$
Etiqueta	1000 Unidades	50.000\$	1	50\$
Costo total de las materias primas				4.574\$
Otros costos variables: Mano de obra empaques				4.800\$
Total de otros costos variables				4.800\$
Costo variable total =(Materias primas + otros costos variables)				9.374\$

-\$ Estimado Producto 5: 32.400\$

Nombre del producto	Vestido de baño creativo			
----------------------------	--------------------------	--	--	--



Referencia	005			
Precio de venta	32.360\$			
Materias primas e insumos	Unidad de Compra	Costo por Unidad	Unidades utilizadas	Costo
Forro	1 Metro	8.000\$	0.17	1.360\$
Lycra (Elastán-Nylon)	1 Metro	20.000\$	0.17	3.400\$
Sesgo	1 Metro	600\$	3.30	1.980\$
Marquilla	1000 Unidades	20.000\$	2	40\$
Etiqueta	1000 Unidades	50.000\$	2	100\$
Aplicaciones	Unidades	500\$	5	2.500\$
Costo total de las materias primas				9.380\$
Otros costos variables: Mano de obra empaques				6.800\$
Total de otros costos variables				6.800\$
Costo variable total =(Materias primas + otros costos variables)				16.180\$

4.6.3 Los Precios de los Productos propuestos

PRODUCTO	PRECIO EXW \$	PRECIO EXW USD
Pijama manitos (850U)	\$ 28.800	\$ 16
Camiseta manitos indeleble (850U)	\$ 25.800	\$ 15
Camiseta manitos pintura (850U)	\$ 26.100	\$15
Delantal manitos (667U)	\$ 18.800	\$ 11
Vestido de baño creativo (667U)	\$ 32.400	\$ 18
Total EXW para una producción de 3.884 Unidades	\$ 95.070.267	USD\$ 52.583,11
TOTAL FCA para una producción de 3.884 Unidades	\$ 95.938.582	USD\$ 53.063,38
TOTAL CPT para una producción de 3.884	\$ 96.697.942	USD\$ 53.483,38



Unidades		
-----------------	--	--

4.6.4 Política de Precios

La estrategia de precios para un negocio como el que se desarrolla en este proyecto debe basarse en ofrecer artículos de calidad a precios competitivos.

Por ello, la fijación de precios va a estar orientada en función del tipo y calidad de los artículos que se ofertan así como de los precios de la competencia. Es importante hacer promociones de precios, sobre todo al principio, para penetrar en el mercado.

-Descuentos por pronto pago: descuento del 5% a los compradores, por pagar sus facturas al contado. (Debe tenerse presente, sin embargo, que en términos comerciales se considera que es al contado el pago efectuado hasta 90 días.)

-Descuentos por volumen (No acumulativos): para estimular la compra de grandes volúmenes de un producto se le dará al cliente un descuento del 5% por compras mayores de 1000 unidades.

4.7 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

EQUIPOS, MEDIOS PUBLICITARIOS Y MERCADERO	PRESUPUESTO
--	--------------------



2 Computadores portátiles	1.400.000\$
Ferías	2.016.000\$/ anual 168.000\$/ mensual
Publicidad y mercadeo (afiches, volantes...)	300.000\$
Viaje y representación (Pre-Operativo)	1.800.000\$
Página web	800.000\$

4.8 Riesgos y Oportunidades del mercado

Oportunidades

-Las oportunidades están enfocadas al desarrollo, diseño y diferenciación de nuestros productos con relación a los productos de la competencia

-oportunidad de abastecer al mercado nacional y aumentar la participación en el mercado internacional.

-Otras oportunidades se refieren a la eficiencia de los procesos de producción y a la reducción de costos, a la integración de la industria textil con empresas de la cadena y a la oportunidad de desarrollar clusters regionales integrados y competitivos. A nivel nacional esta estrategia puede promoverse con empresas de la cadena a través de alianzas y acuerdos de participación conjunta basados en un enfoque de gana-gana.

-las ventajas existentes en los acuerdos comerciales, lo cual nos permite ser competitivos en el mercado internacional.



-El segmento de mercado hacia el cual van dirigidos nuestros productos, destinan una gran porción alta de sus ingresos a la compra de vestuario para sus hijos. Adicional a esto los ingresos que destinan a la recreación se suman ya que nuestros productos unen estos dos factores.

-La presencia de aumentos en la producción y ventas, principalmente derivados de las mayores oportunidades que ofrece el mercado global. Este panorama resulta de la dinámica tecnológica de la industria: incremento y mejora de los diseños textiles acordes a las necesidades y nichos de mercado.

Riesgos

- la competencia con países con bajos costos de mano de obra y producción, el insuficiente abasto nacional de insumos y la dependencia del mercado internacional de fibras, la competencia con industrias textiles de otros países que están integradas verticalmente, el término del Acuerdo Textil Vestido (ATV), el ascenso del mercado ilegal de textiles y de textiles de importación de bajo precio.

-la inseguridad y delincuencia en el transporte de mercancías, el incremento de los acuerdos comerciales de los principales países compradores y la creciente regionalización de los procesos de producción a nivel mundial.

- el escenario tendencial refleja la reducción en ventas, producción y exportaciones. De continuar las condiciones actuales se corre el riesgo de que la industria textil sea desplazada del mercado nacional, del estadounidense y de otros en donde no se satisfagan los requerimientos de los clientes en términos de diseño, diversificación, soluciones integrales y pronta respuesta.

- La falta de integración vertical de las empresas de la industria textil con las empresas de la cadena se ve exacerbada, limitando con ello la posibilidad de crecer y, más aún, en muchas empresas disminuye la posibilidad de mantenerse en el mercado.

- el escenario pesimista pone el acento en las principales debilidades actuales de la industria: tecnología obsoleta, baja productividad, desintegración con empresas de la cadena, altos costos



de producción, baja en ventas por la alta competencia con productos importados de bajo precio, entre otras. El escenario pesimista presenta la agudización de los efectos que ocasiona la continua y persistente pérdida de competitividad de muchas empresas del sector textil confección colombianas.

4.9 Plan de ventas

Inicialmente 1000 Prendas mensual en el mercado local

MERCADO LOCAL-MEDELLIN

CARREFOUR DEL POBLADO:

Pijamas para pintar con marcadores	40 Unidades
Camisetas para pintar con marcadores	40 Unidades
Camisetas para pintar con acuarelas	30 Unidades
Delantales	20 Unidades
Vestidos de baño	20 Unidades

CARREFOUR DE LA 65

Pijamas para pintar con marcadores	40 Unidades
Camisetas para pintar con marcadores	40 Unidades
Camisetas para pintar con acuarelas	30 Unidades
Delantales	20 Unidades
Vestidos de baño	20 Unidades

ÉXITO DE LAURELES

Pijamas para pintar con marcadores	40 Unidades
------------------------------------	-------------



DE NEGOCIOS MANITOS CREATIVAS.docx-Plan de Negocios

Camisetas para pintar con marcadores	40 Unidades
Camisetas para pintar con acuarelas	30 Unidades
Delantales	20 Unidades
Vestidos de baño	20 Unidades

ÉXITO DEL POBLADO

Pijamas para pintar con marcadores	40 Unidades
Camisetas para pintar con marcadores	40 Unidades
Camisetas para pintar con acuarelas	30 Unidades
Delantales	20 Unidades
Vestidos de baño	20 Unidades

ÉXITO DEL TESORO

Pijamas para pintar con marcadores	40 Unidades
Camisetas para pintar con marcadores	40 Unidades
Camisetas para pintar con acuarelas	30 Unidades
Delantales	20 Unidades
Vestidos de baño	20 Unidades

FALABELLA SAN DIEGO

Pijamas para pintar con marcadores	30 Unidades
Camisetas para pintar con marcadores	30 Unidades
Camisetas para pintar con acuarelas	20 Unidades



DE NEGOCIOS MANITOS CREATIVAS.docx-Plan de Negocios

Delantales	10 Unidades
Vestidos de baño	10 Unidades

LA POLAR LOS MOLINOS

Pijamas para pintar con marcadores	30 Unidades
Camisetas para pintar con marcadores	30 Unidades
Camisetas para pintar con acuarelas	20 Unidades
Delantales	10 Unidades
Vestidos de baño	10 Unidades

PEPE GANGA LAURELES

Pijamas para pintar con marcadores	10 Unidades
Camisetas para pintar con marcadores	10 Unidades
Camisetas para pintar con acuarelas	10 Unidades
Delantales	10 Unidades
Vestidos de baño	10 Unidades

En la segunda fase, tal como se determinó en los objetivos del proyecto, se incrementaran las ventas en un 30% mensual, para llegar al mercado nacional, a ciudades principales y a ciudades intermedias, con una producción de 1300 unidades. Posterior a esto, la producción se incrementara en un 50 mensual, para llegar al mercado internacional, inicialmente a México, con una producción de 1950 unidades x mes aproximadamente.



ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de producción

Objetivos a corto plazo

- Hacer alianzas estratégicas con nuestros proveedores de materias primas e insumos.
- Maximizar coberturas de materias primas; minimizar change overs en líneas de producción; Aplanar el plan de producción y evitar picos; maximizar la utilización de maquinaria y personal: minimizar tiempos muertos.

Objetivos a mediano plazo

- Desarrollar nuevos productos para tener un portafolio que cumpla con los requerimientos de nuestros clientes
- En dos años, empezar a Incrementar la producción en un 10% hasta llegar a un 40% en tres años para Empezar a exportar nuestros productos a países de la región como Perú, Ecuador, Costa Rica y México.

Objetivos a largo plazo

- Llegar a un nivel de eficiencia del 95% en el proceso de producción para tener un excelente nivel de servicio
- Elaborar productos de calidad oportunamente y al menor costo posible, con una inversión mínima de capital y con un máximo de satisfacción de nuestros empleados y cumpliendo con las especificaciones técnicas para que los clientes queden satisfechos con el nivel de calidad del producto y la confiabilidad del mismo durante su vida.



PLAN

DE NEGOCIOS MANITOS CREATIVAS.docx-Plan de Negocios



5.2 Descripción del proceso de producción

Actividad:	Descripción detallada de la actividad	Responsable y personal: Cargo de la persona encargada de realizar esta actividad	Tiempo	Máquinas y equipos necesarios para realizar esta actividad	Insumos: Materiales necesarios para realizar esta actividad	Costos: Cuantificar los costos de materias primas y personal por actividad
Diseño de las prendas	Realizar ficha técnica de cada producto con las especificaciones de confección, estampación y decorado	Diseñadora de modas	1 Semana	-Computador con un programa de diseño (Corel Draw)	Papelería (Resma de papel) -Tinta	-Computador 600.000\$ -Papelería 45.000\$ -Diseñadora 800.000\$



PLAN DE NEGOCIOS MANITOS

CREATIVAS.docx-Plan de Negocios

Patronaje	Realizar los moldes y el escalado de las prendas	Diseñadora de modas	1 Semana	No aplica	Cartulina Lápiz Metro Borrador	-Papelería 15.000\$ -Diseñadora 800.000\$
Compras	Comprar las materias primas y los insumos necesarios	Gerente comercial	1 Semana	No aplica	No aplica	Gerente General 1.350.000\$
Corte	Cortar las prendas utilizando los moldes elaborados	Terceros	1 Semana	Cortadora Tijeras	Papel	Incluidos en el paquete completo (6.000\$) Para una producción de 3.884 prendas 23.304.000\$
Confección	Confección de las prendas	Terceros	2 Semanas	Máquina de coser plana	Hilo	Incluidos en el paquete completo



PLAN DE NEGOCIOS MANITOS

CREATIVAS.docx-Plan de Negocios

				Fileteadora	Nylon	(6.000\$)
				Sesgadora		Para una producción de 3.884 prendas 23.304.000\$
Revisado, etiquetado y empaque	Revisar y pulir las prendas. Etiquetarlas y empacarlas en sus respectivas bolsas	Terceros	1 semana	Pulidora Flechadora	Plastiflechas	Incluidos en el paquete completo (6.000\$) Para una producción de 3.884 prendas 23.304.000\$



PLAN DE NEGOCIOS MANITOS

CREATIVAS.docx-Plan de Negocios

Embalaje	Embalar las bolsas en cajas para realizar la distribución nacional e internacional	Terceros	1 Semana	No aplica	Cajas de cartón Cinta	Incluidos en el paquete completo Para una producción de 3.884 prendas 23.304.000\$ (6.000\$)
----------	--	----------	----------	-----------	------------------------------	---

5.3 Capacidad de producción

La capacidad de producción se determinó de acuerdo a la capacidad que tiene la empresa maquiladora de nuestros productos

	PIJAMA MANITOS INDELEBLE	CAMISETA MANITOS INDELEBLE	CAMISETA MANITOS PINTURA	DELANTAL MANITOS	VESTIDO DE BAÑO CREATIVO
Capacidad de producción (unidades/mes)	1700 Unidades/Mensual	1700 Unidades/Mensual	1700 Unidades/Mensual	1334 Unidades/Mensual	1334 Unidades/Mensual
Forma de producción (propia, terceros, entre otras)	Terceros	Terceros	Terceros	Terceros	Terceros

5.4 Plan de Producción

El plan de producción, se determinó de acuerdo a la capacidad financiera de manitos creativas y al manejo de inventario determinado inicialmente.

	PIJAMA MANITOS INDELEBLE	CAMISETA MANITOS INDELEBLE	CAMISETA MANITOS PINTURA	DELANTAL MANITOS	VESTIDO DE BAÑO CREATIVO
Capacidad de producción (unidades/mes)	850 Unidades/Mensual	850 Unidades/Mensual	850 Unidades/Mensual	667 Unidades/Mensual	667 Unidades/Mensual

Forma de producción (propia, terceros, entre otras)	Terceros	Terceros	Terceros	Terceros	Terceros
---	----------	----------	----------	----------	----------

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 Locaciones

Manitos Creativas iniciara operaciones, en una oficina alquilada ubicada en un sector bueno y seguro de la ciudad de Medellín, para poder recibir a los proveedores y a los clientes potenciales en nuestras instalaciones cuando estemos en un proceso de negociación.

La oficina seleccionada está ubicada en el sector de Laureles. El inmueble cuenta con 7 parqueaderos de visitantes, 2 líneas telefónicas y baño privado. Tiene un área aproximada de 30 m2, espacio suficiente para llevar a cabo las actividades de diseño y administración, ya que la producción va ha ser realizada por terceros.

El total del canon mensual es de 1.000.000\$.



5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

EQUIPOS, MUEBLES, ENSERES Y	CANTIDAD	PROVEEDOR	VALOR
-----------------------------	----------	-----------	-------

SOFTWARE			
Escritorios con sus sillas	4	Compumuebles	\$1.500.000
Celulares	4	Comcel	\$642.000
Portátil	3	Panamericana	\$2.100.000
Computador	1	Panamericana	\$500.000
Microsoft Office 2007	4	Aocdigital	\$ 262.700
Software de Diseño (Corel Draw)	1	Aocdigital	\$ 1.033.000
Teléfono fijo	3	Panamericana	\$80.000
Archivador	1	Panamericana	\$200.000
Tablero	1	Panamericana	\$ 40.000
Cámara digital	1	Panamericana	\$150.000
Nevera	1	Haceb	\$ 600.000
Microondas	1	Haceb	\$129.000
Extintores	4	Extintores Vulcano y seguridad Ltda.	\$ 260.000
TOTAL			7.496.700
ESTOS DATOS TOTALIZADOS DE EQUIPOS, MUEBLES, ENSERES Y SOFTWARE DEL PROCESO DE PRODUCCION, SON LOS MISMOS QUE SE DESCRIBIRAN EN EL PROCESO DE ADMINISTRACION			

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

MATERIALES E INSUMOS	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO
Transporte	Varia dependiendo de las visitas	Coopebombas	\$300.000
Papelería	5 Resmas	Panamericana	\$ 45.000
Tinta	4	Tintas S.A	\$ 80.000
Lapiceros	1 Caja	Panamericana	\$ 4.800
Sellos	3	Panamericana	\$ 26.850
Cartulina	20 pliegos	Panamericana	\$10.000
Marcadores	8	Panamericana	\$ 8.400



DE NEGOCIOS MANITOS CREATIVAS.docx-Plan de Negocios

Cosedora	5	Panamericana	\$ 20.000
Ganchos	3 cajas	Panamericana	\$ 19.500
Papeleras	5	Panamericana	\$ 127.000
Tijeras para papel y para tela	2	Panamericana	\$20.000
Tela Forro	1 metro	Protela	\$ 8.000
Pintela	Unidad	Panamericana	\$ 1.200
Elástico	1 metro	Resortes y Elásticos	\$750
Rib	1 metro	Eliot	\$ 600
Sesgo	1 metro	Protela	\$ 1.000
Tela 100% algodón	1 metro	Eliot	\$6.100
Lycra	1 metro	Protela	\$ 20.000
Marquillas	1.000	Arfer	\$20
Etiquetas	1.000	Arfer	\$50
		TOTAL	\$699.270

MATERIALES DE ASEO	CANTIDAD	PRECIO
Papel higiénico	1 paca	\$ 20.000
Toallitas de manos	1 paca	\$ 30.000
Jabón de losa	1	\$ 10.000
Jabón para las manos	2	\$ 20.000
Jabones para limpiar	2	\$ 15.000
Cepillos	2	\$ 5.000
Trapeadoras	1	\$ 5.000
Escobas	1	\$ 5.000
Recogedor	1	\$ 4.500
Limpiadores	3	\$ 9.000
TOTAL		\$ 123.500
ESTOS DATOS TOTALIZADOS DE MATERIALES DE ASEO DEL PROCESO DE PRODUCCION SON LOS MISMOS QUE SE DESCRIBIRAN EN EL PROCESO DE ADMINISTRACION		



5.5.4 Requerimientos de servicios.

SERVICIOS	COSTOS
Servicios públicos	\$ 300.000
Internet	\$ 200.000
COMCEL	\$ 400.000
Vigilancia	\$ 1.200.000
Mensajería	\$ 135.000
Mantenimiento	\$ 150.000
Estampación (Para la producción de 1000 Prendas)	\$ 1.000.000
Paquete completo, corte, confección, etiquetado y empaque(Para la producción de 1000 Prendas)	\$ 6.000.000
TOTAL	\$ 9.385.000
ESTOS DATOS TOTALIZADOS DE SERVICIOS DEL PROCESO DE PRODUCCION SON LOS MISMO QUE SE DESCRIBIRAN EN EL PROCESO DE ADMINISTRACION	

5.5.5 Requerimientos de personal.

CARGO	PERFIL	TIPO DE CONTRATO	SALARIO	PRESTACIONES
-------	--------	------------------	---------	--------------



Diseñadora de modas	Tecnóloga en diseño de modas y patronaje industrial con estudios en mercadeo	Indefinido	800.000\$	494.620,67\$
Supervisor de ventas y comercio internacional	Profesional bilingüe en negocios internacionales con experiencia	Indefinido	\$ 1.000.000	598.331,33\$
TOTAL			\$ 2.600.000	1.092.952 \$

5.6 Programa de producción

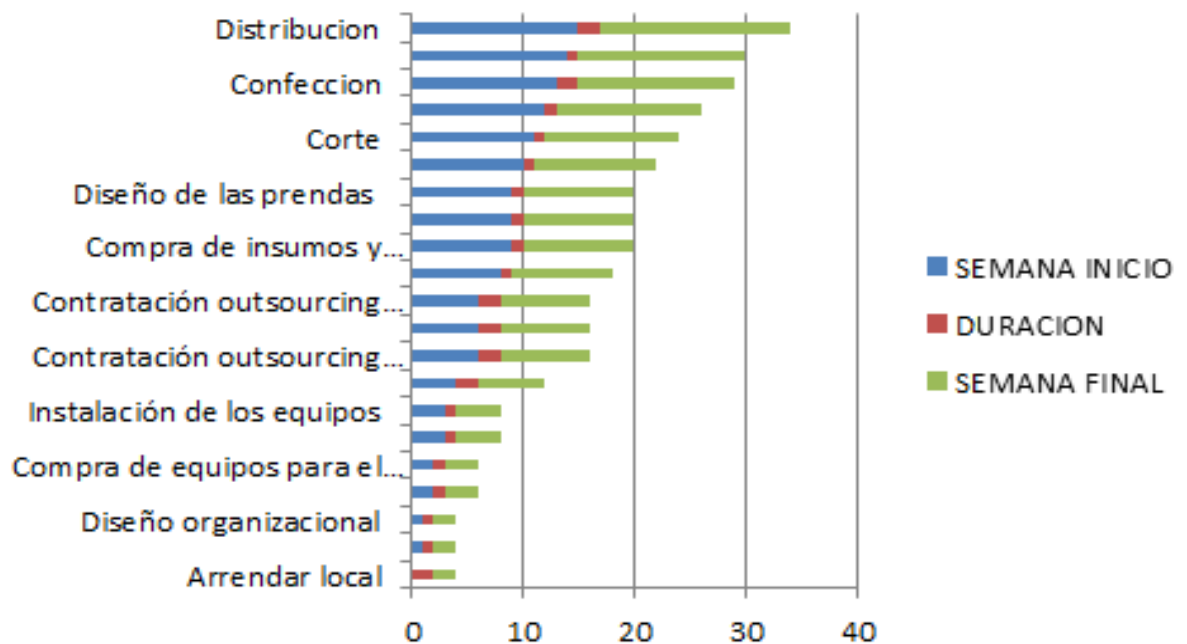
DIAGRAMA DE GANTT			
ACTIVIDADES	SEMANA INICIO	DURACION	SEMANA FINAL
Arrendar local	0	2	2
Constitución y registro	1	1	2
Diseño organizacional	1	1	2
Investigación y estudios	2	1	3
Compra de equipos para el local	2	1	3
Acondicionamiento de la oficina	3	1	4
Instalación de los equipos	3	1	4
Contratación del personal	4	2	6
Contratación outsourcing con maquila	6	2	8
Contratación outsourcing con empresa de contabilidad	6	2	8
Contratación outsourcing para publicidad	6	2	8
Selección de proveedores	8	1	9



DE NEGOCIOS MANITOS CREATIVAS.docx-Plan de Negocios

Compra de insumos y materias primas	9	1	10
Pedidos clientes	9	1	10
Diseño de las prendas	9	1	10
Elaboración de la molderia y el escalado	10	1	11
Corte	11	1	12
Estampación	12	1	13
Confección	13	2	14
Revisado, etiquetado y empaque	14	1	15
Distribución	15	2	17

CRONOGRAMA EN SEMANAS (0 A 17)





6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

-GERENCIA GENERAL

Esta consiste en la cabeza de la empresa. En el caso de Manitos Creativas como es una microempresa, esta función está a cargo del propietario, quien es la persona idónea y además sabe hacia dónde va la empresa y establece los objetivos de la misma, se basa en su plan de negocios, sus metas personales y sus conocimientos por lo que toma las decisiones en situaciones críticas. Es el representante legal de la empresa y quien lleva las finanzas de la misma. Además debe mantener unidad en el equipo de trabajo y un ambiente de cordialidad y respeto en la empresa para motivar a los trabajadores de la misma.

FUNCIONES

- Preparar descripciones de tareas y objetivos individuales para cada área funcional
- Definir necesidades de personal consistentes con los objetivos y planes de la empresa.
- Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades.
- Ejercer un liderazgo dinámico para volver operativos y ejecutar los planes y estrategias determinados.
- Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente a los individuos y grupos organizacionales.
- Medir continuamente la ejecución y comparar resultados reales con los planes y estándares de ejecución (autocontrol y Control de Gestión).



- Diseñar el plan de ventas y de producción para cada periodo y realizar presupuestos y pronósticos de compras y ventas.

-AREA ADMINISTRATIVA Y DE RECURSOS HUMANOS:

PROCESO ADMINISTRATIVO

Es un proceso sistemático que consiste en el desarrollo de actividades de PLANEACION, ORGANIZACIÓN, DIRECCION y CONTROL efectuados para lograr los objetivos de la organización a través de un adecuado manejo de los recursos existentes.

Esta área toma en cuenta todo lo relacionado con el funcionamiento de la empresa. Es la operación del negocio en su sentido más general. Desde la contratación del personal hasta la compra de insumos, el pago del personal, la firma de los cheques, verificar que el personal cumpla con su horario, la limpieza del local, el pago a los proveedores, el control de los inventarios de insumos y de producción, la gestión del negocio son parte de esta área. En la fase inicial del proyecto, es el emprendedor o propietario quien se encargará de esta área, más adelante puede contratar un administrador para que lleve la operación del negocio.

FUNCIONES

- Está encargada de formular el anteproyecto de presupuesto anual de egresos de la empresa.
- Organiza, gestiona y coordina los requerimientos del personal de la dependencia.
- También se encarga de la compra de bienes y la obtención de servicios necesarios para las demás áreas que componen la empresa.
- Encargada de planear, dirigir y ejecutar todos los planes de acción, además de brindar el soporte necesario a las demás áreas que lo necesiten. Responsable de planificar
- organizar y verificar eficiencia en los subsistemas de RR.HH. de la empresa
- Proyectar y coordinar programas de capacitación y entrenamiento para los empleados.

CONFORMADA POR: El Gerente general de la empresa

**-AREA DE MERCADEO Y VENTAS:**

En esta área se detallarán las funciones, capacidades y cualidades de quien será el responsable y el personal involucrado en la estrategia de mercadeo del negocio, es decir, la publicidad, el diseño del empaque y la marca del producto o servicio, la distribución del mismo, la promoción y la labor de ventas nacionales e internacionales.

FUNCIONES

- Elaborar pronósticos de ventas
- Establecer precios
- Realizar publicidad y promoción de ventas
- Llevar un adecuado control y análisis de las ventas.
- Llevar a cabo metas a nivel de ventas.
- Hacer estudios de mercado
- Negociaciones con clientes potenciales

CONFORMADA POR: un supervisor de ventas (Negociante internacional) y un vendedor

-AREA DE COMERCIO EXTERIOR:

Tiene como finalidad apoyar a las empresas Asociadas en todas sus actividades relacionadas con la exportación de sus productos, convirtiéndose en una **extensión de sus Departamentos de Exportación**. Así mismo, representa al sector tanto ante las administraciones públicas como frente a otros organismos.

FUNCIONES

- Encargada de la comercialización de los productos
- Encargada de cumplir con la documentación y requisitos necesarios para su exportación
- promover la empresa en feria, guías comerciales y encontrar nuevos mercados potenciales.
- Mantener el listado de importadores distribuidores.
- Mantener informes de acciones plan sectorial.
- Mantener el listado de incidencias internacionales.



CONFORMADA POR: (Negociante internacional) y un vendedor

-AREA DE DISEÑO Y PRODUCCION

En esta área se detallarán las funciones, capacidades y cualidades de quien será el responsable y el personal involucrado en la investigación de las tendencias de moda, diseño de prototipos, elaboración de la moldera y escalado de las prendas y supervisión de la producción y la calidad.

FUNCIONES

- Investigación y desarrollo de tendencias de moda infantil
- Selección de materias primas e insumos
- Realizar fichas técnicas de las prendas
- Realizar la mordería y el escalado
- Supervisar la producción
- Control de la calidad de los productos

CONFORMADA POR: Una diseñadora de modas y patronista industrial

6.1.2 Procesos administrativos externalizados

ACTIVIDADES	EMPRESAS	SERVICIOS	COSTOS/MENSUAL
Aseo	Aseo y sostenimiento	Todo lo relacionado con limpieza	\$ 120.000



Mensajería	Ipsofacto express	Entrega de documentación y paquetes a diferentes lugares en Medellín	\$ 4.500/pieza y se enviarían 10, serían \$ 45.500
Abogado	Enclave	Manejo de Procesos legales	\$ 100.000
Contador	Espinosa y Uribe contadores	Manejo de procesos contables	\$ 200.000
TOTAL			465.500\$

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama





6.2.2 Descripción funcional de la Organización

PROCESO	ACTIVIDADES	FUNCIONES	CARGOS
ADMINISTRATIVO	Establecer los objetivos de la empresa, diseñar el plan de negocios, tomar decisiones comerciales y financieras, motivar al personal de la empresa. Planear, organizar, dirigir y controlar	Preparar descripciones de tareas y objetivos individuales para cada área funcional	Gerente General
		Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades.	
		Ejercer un liderazgo dinámico para volver operativos y ejecutar los planes y estrategias determinados.	
		Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente a los individuos y grupos organizacionales.	
		Medir continuamente la ejecución y comparar resultados reales con los planes y estándares de ejecución (autocontrol y Control de Gestión).	
		Diseñar el plan de ventas y de producción para cada periodo y realizar presupuestos y pronósticos de compras y ventas.	



PLAN DE NEGOCIOS MANITOS

CREATIVAS.docx-Plan de Negocios

		<p>Está encargada de formular el anteproyecto de presupuesto anual de egresos de la empresa.</p> <p>Organiza, gestiona y coordina los requerimientos del personal de la dependencia.</p> <p>También se encarga de la compra de bienes y la obtención de servicios necesarios para las demás áreas que componen la empresa.</p> <p>Encargada de planear, dirigir y ejecutar todos los planes de acción, además de brindar el soporte necesario a las demás áreas que lo necesiten. Responsable de planificar</p> <p>organizar y verificar eficiencia en los subsistemas de RR.HH. de la empresa</p>	
MERCADEO Y VENTAS	Estrategia de mercadeo de la empresa, publicidad, posicionamiento de marca y promoción	<p>Elaborar pronósticos de ventas</p> <p>Establecer precios</p> <p>Realizar publicidad y promoción de ventas</p> <p>Llevar un adecuado control y análisis de las ventas.</p> <p>Llevar a cabo metas a nivel de ventas.</p> <p>Hacer estudios de mercado</p> <p>Negociaciones con clientes potenciales</p>	Supervisor de ventas (negociador internacional) y vendedor
COMERCIO EXTERIOR	Actividades relacionadas con la exportación de	<p>Encargada de la comercialización de los productos</p> <p>Encargada de cumplir con la documentación y requisitos necesarios para su exportación</p>	Supervisor de ventas (negociador



PLAN DE NEGOCIOS MANITOS

CREATIVAS.docx-Plan de Negocios

	los productos de la empresa	<p>promover la empresa en feria, guías comerciales y encontrar nuevos mercados potenciales.</p> <p>Mantener el listado de importadores distribuidores.</p> <p>Mantener informes de acciones plan sectorial.</p> <p>Mantener el listado de incidencias internacionales.</p>	internacional) y vendedor
DISEÑO Y PRODUCCIÓN	Investigación, diseño, supervisión de la producción	<p>Investigación y desarrollo de tendencias de moda infantil</p> <p>Selección de materias primas e insumos</p> <p>Realizar fichas técnicas de las prendas</p> <p>Realizar la mordería y el escalado</p> <p>Supervisar la producción</p> <p>Control de la calidad de los productos</p>	Diseñador de modas y patronista industrial

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

Manitos Creativas iniciara operaciones, en una oficina alquilada ubicada en un sector bueno y seguro de la ciudad de Medellín, para poder recibir a los proveedores y a los clientes potenciales en nuestras instalaciones cuando estemos en un proceso de negociación.

La oficina seleccionada está ubicada en el sector de Laureles. El inmueble cuenta con 7 parqueaderos de visitantes, 2 líneas telefónicas y baño privado. Tiene un área aproximada de 30 m2, espacio suficiente para llevar a cabo las actividades de diseño y administración, ya que la producción va ha ser realizada por terceros.

El total del canon mensual es de 1.000.000\$.



6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

EQUIPOS, MUEBLES, ENSERES Y SOFTWARE	CANTIDAD	PROVEEDOR	VALOR
Escritorios con sus sillas	4	Compumuebles	\$1.500.000
Celulares	4	Comcel	\$642.000



DE NEGOCIOS MANITOS CREATIVAS.docx-Plan de Negocios

Portátil	3	Panamericana	\$2.100.000
Computador	1	Panamericana	\$500.000
Microsoft Office 2007	4	Aocdigital	\$ 262.700
Software de Diseño (Corel Draw)	1	Aocdigital	\$ 1.033.000
Teléfono fijo	3	Panamericana	\$80.000
Archivador	1	Panamericana	\$200.000
Tablero	1	Panamericana	\$ 40.000
Cámara digital	1	Panamericana	\$150.000
Nevera	1	Haceb	\$ 600.000
Microondas	1	Haceb	\$129.000
Extintores	4	Extintores Vulcano y seguridad Ltda.	\$ 260.000
TOTAL			7.496.700

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

MATERIALES E INSUMOS	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO
Transporte	Varia dependiendo de las visitas	Coopebombas	\$300.000
Papelería	5 Resmas	Panamericana	\$ 45.000
Tinta	4	Tintas S.A	\$ 80.000
Lapiceros	1 Caja	Panamericana	\$ 4.800
Sellos	3	Panamericana	\$ 26.850
Cartulina	20 pliegos	Panamericana	\$10.000
Marcadores	8	Panamericana	\$ 8.400
Cosedora	5	Panamericana	\$ 20.000
Ganchos	3 cajas	Panamericana	\$ 19.500
Papeleras	5	Panamericana	\$ 127.000
Tijeras para papel y para tela	2	Panamericana	\$20.000
TOTAL			\$661.550



MATERIALES DE ASEO	CANTIDAD	PRECIO
Papel higiénico	1 paca	\$ 20.000
Toallitas de manos	1 paca	\$ 30.000
Jabón de losa	1	\$ 10.000
Jabón para las manos	2	\$ 20.000
Jabones para limpiar	2	\$ 15.000
Cepillos	2	\$ 5.000
Trapeadoras	1	\$ 5.000
Escobas	1	\$ 5.000
Recogedor	1	\$ 4.500
Limpiadores	3	\$ 9.000
TOTAL		\$ 123.500

6.3.4 Requerimientos de servicios.

SERVICIOS	COSTOS/MENSUAL
Servicios públicos	\$ 400.000
Internet	\$ 200.000
COMCEL	\$ 400.000
Vigilancia	\$ 1.200.000
Mensajería	\$ 135.000
Mantenimiento	\$ 150.000
Aseo	\$ 120.000
Abogado	\$1.200.000 (Asesoría jurídica inicial para el registro de marca y constitución legal de la empresa)



Contador	\$300.000
TOTAL	\$4.105.000

6.3.5 Requerimientos de personal

CARGO	PERFIL	TIPO DE CONTRATO	SALARIO	PRESTACIONES
Gerente general	Profesional en administración de empresa	Indefinido	1.350.000\$	779.825\$
Diseñadora de modas	Tecnóloga en diseño de modas y patronaje industrial con estudios en mercadeo	Indefinido	800.000\$	494.620,67\$
Vendedor	Tecnólogo en mercadeo y ventas	Indefinido	\$ 800.000	494.620,67 \$
Supervisor de ventas y comercio internacional	Profesional bilingüe en negocios internacionales con experiencia	Indefinido	\$ 1.000.000	598.331,33\$
TOTAL			\$ 5.900.000	2.367.397,67\$

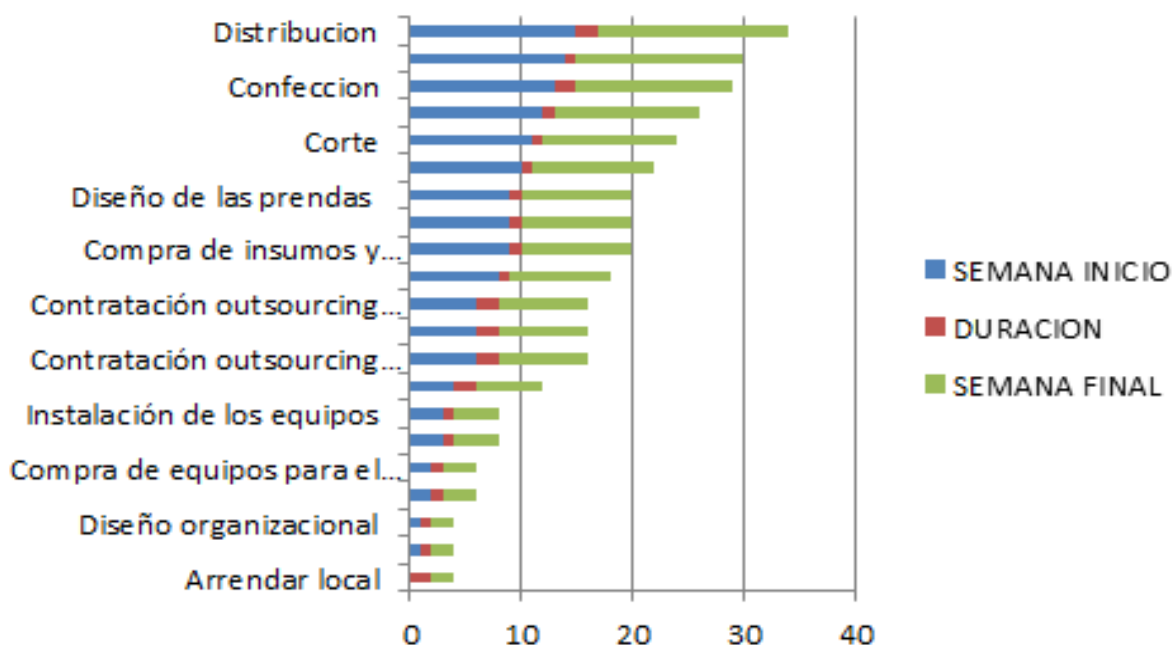
6.4 Programa de administración

DIAGRAMA DE GANTT



ACTIVIDADES	SEMANA INICIO	DURACION	SEMANA FINAL
Arrendar local	0	2	2
Constitución y registro	1	1	2
Diseño organizacional	1	1	2
Investigación y estudios	2	1	3
Compra de equipos para el local	2	1	3
Acondicionamiento de la oficina	3	1	4
Instalación de los equipos	3	1	4
Contratación del personal	4	2	6
Contratación outsourcing con maquila	6	2	8
Contratación outsourcing con empresa de contabilidad	6	2	8
Contratación outsourcing para publicidad	6	2	8
Selección de proveedores	8	1	9
Compra de insumos y materias primas	9	1	10
Pedidos clientes	9	1	10
Diseño de las prendas	9	1	10
Elaboración de la mordería y el escalado	10	1	11
Corte	11	1	12
Estampación	12	1	13
Confección	13	2	14
Revisado, etiquetado y empaque	14	1	15
Distribución	15	2	17

CRONOGRAMA EN SEMANAS (0 A 17)



5. ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS S.A.S

Es un contrato, por el cual dos o más personas se obligan a hacer un aporte en dinero, en trabajo o en otros bienes apreciables en dinero, con el fin de repartirse entre sí las utilidades obtenidas en la empresa o actividad social. La sociedad, una vez constituida legalmente, forma una persona jurídica independiente que responde, según el tipo de sociedad que se elija, conforme a la ley.



La Sociedad Por Acciones Simplificada (S.A.S), se constituye mediante documento privado registrado ante cámara de comercio, en el cual 2 o más accionistas responden por el monto del capital que ha suministrado la sociedad.

Se debe definir en el documento privado de constitución el nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan, así como el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital, la forma y termino en que estas deberán pagarse. La estructura organizacional de la sociedad, administración y el funcionamiento de sus órganos pueden ser determinados libremente por los accionistas, quienes solamente se encuentran obligados a designar un representante legal de la compañía.

VENTAJAS DE SER S.A.S

- Los empresarios pueden fijar las reglas que van a regir el funcionamiento de la sociedad. Es posible, por ejemplo, contar con estatutos flexibles que se adapten a las condiciones y a los requerimientos de cada empresario.
- La creación de la empresa es más fácil. Una SAS se puede crear mediante documento privado, lo cual le ahorra a la empresa tiempo y dinero.
- La responsabilidad de sus socios se limita a sus aportes. La empresa puede beneficiarse de la limitación de la responsabilidad de sus socios, sin tener que tener la pesada estructura de una sociedad anónima.
- Las acciones pueden ser de distintas clases y series. Pueden ser acciones ordinarias, acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, acciones con voto múltiple, acciones privilegiadas, acciones con dividendo fijo o acciones de pago. Es importante aclarar que las acciones de las SAS no pueden negociarse en bolsa.
- No se requiere establecer una duración determinada. La empresa reduce costos, ya que no tiene que hacer reformas estatutarias cada vez que el término de duración societaria esté próximo a caducar.



- El objeto social puede ser indeterminado. Las personas que vayan a contratar con la SAS, no tienen que consultar e interpretar detalladamente la lista de actividades que la conforman para ver si la entidad tiene la capacidad para desarrollar determinada transacción.
- El pago de capital puede diferirse hasta por dos años. Esto da a los socios recursos para obtener el capital necesario para el pago de las acciones. La sociedad puede establecer libremente las condiciones en que se realice el pago.
- Por regla general no exige revisor fiscal. La SAS solo estará obligada a tener revisor fiscal cuando los activos brutos a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior, sean o excedan el equivalente a tres mil salarios mínimos.
- Mayor flexibilidad en la regulación de los derechos patrimoniales. Existe la posibilidad de pactar un mayor poder de voto en los estatutos sociales o de prohibir la negociación de acciones por un plazo de hasta 10 años.
- Mayor facilidad en la operación y administración. Los accionistas pueden renunciar a su derecho a ser convocados a una reunión de socios o reunirse por fuera del domicilio social. La SAS no estará obligada a tener junta directiva, salvo previsión estatutaria en contrario. Si no se estipula la creación de una junta directiva, la totalidad de las funciones de administración y representación legal le corresponderán al representante legal designado por la asamblea.
- El trámite de liquidación es más ágil. No se requiere adelantar el trámite de aprobación de inventario ante la Superintendencia de Sociedades.

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

CERTIFICACIONES	DEPARTAMENTOS	COSTOS
RUT	Dian	\$ 0,00
NIT	Dian	\$ 0,00
Escritura publica	Notaria Publica	\$ 120.000,00
Registro de la Compañía	Cámara de comercio	\$ 180.000,00
Matricula mercantil	Cámara de comercio	\$ 600.000,00
Crear Cuenta Bancaria	Bancos	\$ 100.000,00



Superintendencia de Industria y Comercio	Patentes	\$ 0,00
Certificados ambientales	Secretaría Distrital de Medio Ambiente	\$ 0,00
Concepto de bomberos	U.A.E (Unidad Administrativa Especial del cuerpo de Bomberos)	\$ 20.000,00
TOTAL	\$ 1.020.000	

SEGURO TODO RIESGO DE EMPRESAS E INDUSTRIAS CUBRE

- Salvamento, desescombros y extracción de lodos.
- Daños a los bienes asegurados por las medidas adoptadas para impedir, cortar o aminorar el siniestro.
- Gastos de transporte de los bienes asegurados u otras medidas con el fin de salvarlos del siniestro.
- Daños que sufran los objetos salvados.
- Gastos de extinción.
- Reposición de documentos.
- Permisos y licencias.
- Reposición, re obtención y transcripción de planos, patrones, diseños, moldes, modelos y matrices.
- Costes de honorarios de peritos y/o profesionales.
- Traslado del contenido, alquiler de local y pérdida de alquileres.
- Tasas municipales de Bomberos.
- Rellenado de equipos contra incendios.



- Daños por el derrame accidental de líquidos contenidos en depósitos.
- Roturas accidentales de cristales y rótulos
- Bienes refrigerados.
- Daños a bienes propiedad de terceros y empleados.
- Responsabilidad Civil derivada de incendio.
- Paralización de la actividad: indemnización de los gastos permanentes o el Margen bruto durante el tiempo de interrupción de la actividad de la empresa, como consecuencia de un siniestro.

-Incluye responsabilidad civil

TOTAL: \$1.800.000 POR AÑO
\$150.000 MENSUAL



8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

Las tres socias de la empresa harán una inversión inicial para cubrir gastos preoperativos, la suma de este aporte es de 1.800.000\$ y se hará en las mismas proporciones para que cada una tenga igual porcentaje de participación.

SOCIOS	APORTE
ANDREA VANESSA AGUDELO	\$ 600.000
PAOLA ANDREA RAMIREZ	\$ 600.000
VERONICA BETANCUR	\$ 600.000
TOTAL	\$ 1.800.000

8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios

El préstamo bancario para llevar a cabo el proyecto, se hará con el BBVA

DATOS GENERALES DEL PROYECTO	
Préstamo Bancario (Financiación)	

Monto del Préstamo:	\$ 355.524.716
Intereses (efectivo Mensual):	2,14%
Plazo (meses):	60
Modalidad del Préstamo:	LIBRE INVERSION

Requerimientos Financieros	\$ 364.154.416,10
Préstamo Bancario	\$ 355.524.716
Recursos Propios	\$ 8.629.700,10



Tabla de Amortización Préstamo (Mensual)

Periodo	Cuota Préstamo	Intereses	Capital	Saldo
0				\$ 355.524.716
1	\$ 10.577.329	\$ 7.608.229	\$ 2.969.100	\$ 352.555.616
2	\$ 10.577.329	\$ 7.544.690	\$ 3.032.638	\$ 349.522.978
3	\$ 10.577.329	\$ 7.479.792	\$ 3.097.537	\$ 346.425.441
4	\$ 10.577.329	\$ 7.413.504	\$ 3.163.824	\$ 343.261.617
5	\$ 10.577.329	\$ 7.345.799	\$ 3.231.530	\$ 340.030.087
6	\$ 10.577.329	\$ 7.276.644	\$ 3.300.685	\$ 336.729.402
7	\$ 10.577.329	\$ 7.206.009	\$ 3.371.319	\$ 333.358.082
8	\$ 10.577.329	\$ 7.133.863	\$ 3.443.466	\$ 329.914.616
9	\$ 10.577.329	\$ 7.060.173	\$ 3.517.156	\$ 326.397.461
10	\$ 10.577.329	\$ 6.984.906	\$ 3.592.423	\$ 322.805.038
11	\$ 10.577.329	\$ 6.908.028	\$ 3.669.301	\$ 319.135.737
12	\$ 10.577.329	\$ 6.829.505	\$ 3.747.824	\$ 315.387.913
13	\$ 10.577.329	\$ 6.749.301	\$ 3.828.027	\$ 311.559.885
14	\$ 10.577.329	\$ 6.667.382	\$ 3.909.947	\$ 307.649.938
15	\$ 10.577.329	\$ 6.583.709	\$ 3.993.620	\$ 303.656.318
16	\$ 10.577.329	\$ 6.498.245	\$ 4.079.083	\$ 299.577.235
17	\$ 10.577.329	\$ 6.410.953	\$ 4.166.376	\$ 295.410.859
18	\$ 10.577.329	\$ 6.321.792	\$ 4.255.536	\$ 291.155.323
19	\$ 10.577.329	\$ 6.230.724	\$ 4.346.605	\$ 286.808.718
20	\$ 10.577.329	\$ 6.137.707	\$ 4.439.622	\$ 282.369.096
21	\$ 10.577.329	\$ 6.042.699	\$ 4.534.630	\$ 277.834.466
22	\$ 10.577.329	\$ 5.945.658	\$ 4.631.671	\$ 273.202.795
23	\$ 10.577.329	\$ 5.846.540	\$ 4.730.789	\$ 268.472.006
24	\$ 10.577.329	\$ 5.745.301	\$ 4.832.028	\$ 263.639.978
25	\$ 10.577.329	\$ 5.641.896	\$ 4.935.433	\$ 258.704.545
26	\$ 10.577.329	\$ 5.536.277	\$ 5.041.051	\$ 253.663.494
27	\$ 10.577.329	\$ 5.428.399	\$ 5.148.930	\$ 248.514.564
28	\$ 10.577.329	\$ 5.318.212	\$ 5.259.117	\$ 243.255.447



DE NEGOCIOS MANITOS CREATIVAS.docx-Plan de Negocios

29	\$ 10.577.329	\$ 5.205.667	\$ 5.371.662	\$ 237.883.785
30	\$ 10.577.329	\$ 5.090.713	\$ 5.486.616	\$ 232.397.169
31	\$ 10.577.329	\$ 4.973.299	\$ 5.604.029	\$ 226.793.140
32	\$ 10.577.329	\$ 4.853.373	\$ 5.723.955	\$ 221.069.184
33	\$ 10.577.329	\$ 4.730.881	\$ 5.846.448	\$ 215.222.736
34	\$ 10.577.329	\$ 4.605.767	\$ 5.971.562	\$ 209.251.174
35	\$ 10.577.329	\$ 4.477.975	\$ 6.099.354	\$ 203.151.820
36	\$ 10.577.329	\$ 4.347.449	\$ 6.229.880	\$ 196.921.941
37	\$ 10.577.329	\$ 4.214.130	\$ 6.363.199	\$ 190.558.742
38	\$ 10.577.329	\$ 4.077.957	\$ 6.499.372	\$ 184.059.370
39	\$ 10.577.329	\$ 3.938.871	\$ 6.638.458	\$ 177.420.912
40	\$ 10.577.329	\$ 3.796.808	\$ 6.780.521	\$ 170.640.391
41	\$ 10.577.329	\$ 3.651.704	\$ 6.925.624	\$ 163.714.766
42	\$ 10.577.329	\$ 3.503.496	\$ 7.073.833	\$ 156.640.934
43	\$ 10.577.329	\$ 3.352.116	\$ 7.225.213	\$ 149.415.721
44	\$ 10.577.329	\$ 3.197.496	\$ 7.379.832	\$ 142.035.889
45	\$ 10.577.329	\$ 3.039.568	\$ 7.537.761	\$ 134.498.128
46	\$ 10.577.329	\$ 2.878.260	\$ 7.699.069	\$ 126.799.059
47	\$ 10.577.329	\$ 2.713.500	\$ 7.863.829	\$ 118.935.231
48	\$ 10.577.329	\$ 2.545.214	\$ 8.032.115	\$ 110.903.116
49	\$ 10.577.329	\$ 2.373.327	\$ 8.204.002	\$ 102.699.114
50	\$ 10.577.329	\$ 2.197.761	\$ 8.379.568	\$ 94.319.546
51	\$ 10.577.329	\$ 2.018.438	\$ 8.558.890	\$ 85.760.656
52	\$ 10.577.329	\$ 1.835.278	\$ 8.742.051	\$ 77.018.605
53	\$ 10.577.329	\$ 1.648.198	\$ 8.929.131	\$ 68.089.475
54	\$ 10.577.329	\$ 1.457.115	\$ 9.120.214	\$ 58.969.261
55	\$ 10.577.329	\$ 1.261.942	\$ 9.315.386	\$ 49.653.874
56	\$ 10.577.329	\$ 1.062.593	\$ 9.514.736	\$ 40.139.138
57	\$ 10.577.329	\$ 858.978	\$ 9.718.351	\$ 30.420.787
58	\$ 10.577.329	\$ 651.005	\$ 9.926.324	\$ 20.494.463
59	\$ 10.577.329	\$ 438.582	\$ 10.138.747	\$ 10.355.716
60	\$ 10.577.329	\$ 221.612	\$ 10.355.716	\$ 0



La empresa debe responderle al banco mensualmente con una cuota fija de \$10.577.329 durante 60 meses por un préstamo de \$ 355.524.716

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO		
Ventas		Participación del total Ventas
PIJAMA MANITOS	\$ 24.480.000,0	23,83%
CAMISETA MANITOS INDELEBLE	\$ 21.930.000,0	21,35%
CAMISETA MANITOS PINTURA	\$ 22.185.000,0	21,60%
DELANTAL MANITOS	\$ 12.533.333,3	12,20%
VESTIDO DE BAÑO CREATIVO	\$ 21.600.000,0	21,03%
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 102.728.333,4	100,00%

Todos los productos tienen diferente porcentaje de participación ya que se pretende tener una mayor producción de unidades de los productos que esperamos tengan mejor aceptación en el mercado, pero al iniciar operaciones posiblemente esta participación puede tener una variación de acuerdo a los resultados obtenidos y a la demanda en el futuro.

El precio de venta de los productos, se determinó con un M.C del 50%

8.2.1.2 Otros Ingresos

No aplica



8.2.2 Egresos

8.2.2.1 Inversiones

INVERSIONES (EXIGIBLES y DISPONIBLES)

Activos Fijos

Activos Fijos Exigibles (Vida Útil)	Valor	Depreciación Mensual
Equipos de Informática y Comunicaciones (3 años)	\$ 3.342.000,00	\$ 92.833,33
Muebles y Enseres (10 años)	\$ 3.992.000,00	\$ 33.266,70
Software	\$ 1.295.700,00	\$ 0,00
Total Activos Fijos Exigibles	\$ 8.629.700,0	
Total Depreciación Mensual		\$ 126.100

-Se debe hacer una inversión inicial alta en la adecuación del lugar donde va a operar la empresa.

-Se debe invertir en equipos de informática, muebles y enseres y en el software para poder llevar a cabo las labores necesarias.

-La producción de la empresa se va a tercerizar por lo tanto no es necesario la inversión en máquinas costosas.

-Todos los gastos preoperativos van a ser asumidos por los socios de la empresa



DE NEGOCIOS MANITOS CREATIVAS.docx-Plan de Negocios

Gastos Pre operativos Exigibles y Disponibles	Valor	Amortización
Constitución y registro	\$ 180.000,00	\$ 0,00
Viaje y representación	\$ 1.800.000,00	\$ 0,00
Honorarios de Asesores	\$ 1.200.000,00	\$ 0,00
Gastos de Registro	\$ 720.000,00	\$ 12.000,00
Certificados de salud y Bomberos	\$ 20.000,00	\$ 333,30
Total Gasto Pre operativos Exigibles	\$ 3.920.000,00	
Total Amortización Mensual		\$ 12.333,30

-El gasto pre-operativo de viaje y representación es necesario para que el representante comercial de la empresa viaje a México y de esta manera se pueda llegar a este mercado generando confianza a los clientes potenciales para poder cerrar los negocios.

-El gasto de honorarios a los asesores se debe hacer para poder iniciar operaciones con un proyecto bien estructurado.

-Los gastos de registro y constitución y los certificados necesarios, son muy importantes para que la empresa pueda entrar en funcionamiento cumpliendo con todas las disposiciones legales.

Inversiones en capital de trabajo

CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR
Costos Variables	30	\$ 54.449.017
Costos Fijos de Producción	30	\$ 2.827.171
Costos Fijos de Administración	30	\$ 5.696.491
Costos Fijos de Comercialización y Ventas	30	\$ 3.064.476



-Todos los costos de la empresa deben ser cubiertos a 30 días ya que por ser una empresa nueva que no es conocida en el mercado, es difícil obtener crédito de los proveedores.

Mas adelante cuando la empresa se de a conocer se pretende llegar a un acuerdo con los proveedores para obtener un mayor plazo.

CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR
Cuentas por Cobrar	60	\$ 132.074.308
Inventarios productos	60	\$ 114.552.375
Inventario de Materia Prima	60	\$ 108.898.033

-La empresa maneja ventas a crédito a un plazo de 60 días, al igual que los inventarios de productos y el inventario de materia prima.

Total Capital de trabajo Exigible	\$ 355.524.716	Total Capital de trabajo Disponible	
--	-----------------------	--	--

INVERSION TOTAL EXIGIBLE	\$ 368.074.416	INVERSIÓN TOTAL DISPONIBLE	\$ 3.920.000
---------------------------------	-----------------------	-----------------------------------	---------------------

-La inversión inicial que la compañía debe realizar es alta, debido a que no se cuenta con los recursos suficientes para poner en marcha el proyecto, por este motivo, se solicitara un préstamo con el banco para que el negocio se pueda llevar a cabo.

8.2.2.2 Costos

COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN MENSUALES

Salarios	\$ 800.000
----------	------------



DE NEGOCIOS MANITOS CREATIVAS.docx-Plan de Negocios

Prestaciones Sociales+ Seguridad social+ Parafiscales	\$ 494.621
Arriendo	\$ 300.000
Servicios Públicos	\$ 300.000
Transporte	\$ 150.000
Mantenimiento	\$ 45.000
Aseo	\$ 37.050
Vigilancia	\$ 360.000
Internet	\$ 200.000
Comcel	\$ 100.000
Mensajería	\$ 40.500
Otros (Especificar)	\$ 0
TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 2.827.171

-En el área de producción solo tendremos en cuenta el salario de la diseñadora de modas La vigilancia, la mensajería, el mantenimiento y el aseo, será cargado solamente el 30% al área de producción.

-Se cargara el 50% del total del costo del internet, al área de producción.

-Se cargara el 25% del servicio de telefonía móvil (Comcel), al área de producción.

-Se cargara el 50% del transporte al área de producción.

-Se cargara el 30% del arriendo al área de producción.

-El MC para determinar el precio de los productos es del 50%



-La producción de las prendas de Manitos Creativas se hará por medio de tercerizadores que ofrecen la opción de paquete completo, corte, confección, etiquetado y empaque.

Los costos mas representativos son los de salarios + prestaciones sociales +seguridad social + parafiscales

Costo pijama manitos

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Tela 100% Algodón	\$ 6.100,00	0,61	METRO	\$ 3.721,00
Rib	\$ 1.000,00	0,10	METRO	\$ 100,00
Elástico	\$ 750,00	0,20	METRO	\$ 150,00
Marcadores	\$ 1.150,00	3,00	Unidades	\$ 3.450,00
Marquilla	\$ 20,00	2,00	Unidades	\$ 40,00
Etiqueta	\$ 50,00	2,00	Unidades	\$ 100,00
Estampado	\$ 1.000,00	1,00	Unidades	\$ 1.000,00
Corte y Confección (Paquete Completo)	\$ 6.000,00	1,00	Unidades	\$ 6.000,00
Empaque	\$ 800,00	1,00	Unidades	\$ 800,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 15.361,00

Costo camiseta manitos indeleble

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Tela 100% algodón	\$ 6.100,00	0,40	METRO	\$ 2.440,00
Rib	\$ 1.000,00	0,10	METRO	\$ 100,00
Marcadores	\$ 1.150,00	3,00	Unidades	\$ 3.450,00
Marquilla	\$ 20,00	1,00	Unidades	\$ 20,00
Etiqueta	\$ 50,00	1,00	Unidades	\$ 50,00
Estampado	\$ 1.000,00	1,00	Unidades	\$ 1.000,00
Corte y Confección	\$ 6.000,00	1,00	Unidades	\$ 6.000,00
Empaque	\$ 800,00	1,00	Unidades	\$ 800,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 13.860,00

Costo camiseta manitos pintura

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Tela 100% algodón	\$ 6.100,00	0,40	METRO	\$ 2.440,00
Rib	\$ 1.000,00	0,10	METRO	\$ 100,00
Pintela	\$ 1.200,00	3,00	Unidades	\$ 3.600,00
Marquilla	\$ 20,00	1,00	Unidades	\$ 20,00
Etiqueta	\$ 50,00	1,00	Unidades	\$ 50,00
Estampado	\$ 1.000,00	1,00	Unidades	\$ 1.000,00
Corte y Confección (Paquete completo)	\$ 6.000,00	1,00	Unidades	\$ 6.000,00
Empaque	\$ 800,00	1,00	Unidades	\$ 800,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 14.010,00



Costo delantal manitos pintura

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Entretela	\$ 1.590,00	0,60	METRO	\$ 954,00
Rib	\$ 1.000,00	0,10	METRO	\$ 100,00
Marcadores	\$ 1.150,00	3,00	Unidades	\$ 3.450,00
Marquilla	\$ 20,00	1,00	Unidades	\$ 20,00
Etiqueta	\$ 50,00	1,00	Unidades	\$ 50,00
Estampado	\$ 1.000,00	1,00	Unidades	\$ 1.000,00
Corte y Confección	\$ 4.000,00	1,00	Unidades	\$ 4.000,00
Empaque	\$ 800,00	1,00	Unidades	\$ 800,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 10.374,00

Costo vestido de baño creativo

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo	Cantidad	Unidades	Valor Total Por



	Unitario			Componente
Forro	\$ 8.000,00	0,17	METRO	\$ 1.360,00
Lycra(elastan - nylon)	\$ 20.000,00	0,17	METRO	\$ 3.400,00
Sesgo	\$ 600,00	3,30	METRO	\$ 1.980,00
Marquilla	\$ 20,00	2,00	Unidades	\$ 40,00
Etiqueta	\$ 50,00	2,00	Unidades	\$ 100,00
Aplicaciones	\$ 500,00	5,00	Unidades	\$ 2.500,00
Corte y Confección (Paquete completo)	\$ 6.000,00	1,00	Unidades	\$ 6.000,00
Empaque	\$ 800,00	1,00	Unidades	\$ 800,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 16.180,00

8.2.2.3 Gastos

Gastos Administrativos y legales

CERTIFICACIONES	DEPARTAMENTOS	COSTOS
RUT	Dian	\$ 0,00
NIT	Dian	\$ 0,00
Escritura publica	Notaria Publica	\$ 120.000,00
Registro de la Compañía	Cámara de comercio	\$ 180.000,00
Matricula mercantil	Cámara de comercio	\$ 600.000,00
Crear Cuenta Bancaria	Bancos	\$ 100.000,00
Superintendencia de Industria y Comercio	Patentes	\$ 0,00
Certificados ambientales	Secretaría Distrital de Medio Ambiente	\$ 0,00



DE NEGOCIOS MANITOS CREATIVAS.docx-Plan de Negocios

Concepto de bomberos	U.A.E (Unidad Administrativa Especial del cuerpo de Bomberos)	\$ 20.000,00
TOTAL	\$ 1.020.000	

COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES

Salarios	\$ 1.850.000
Prestaciones Sociales	\$ 1.078.991
Arriendo	\$ 700.000
Papelería	\$ 45.000
Mantenimiento (Equipos de Oficina)	\$ 105.000
Seguros(x mes)	\$ 150.000
Administración	\$ 0
Varios (Vigilancia, aseo, etc.)	\$ 1.050.950
Materiales e insumos	\$ 316.550
Comcel	\$ 100.000
Contador	\$ 200.000
Abogado	\$ 100.000
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 5.696.491

-En los salarios se tomara el 100% del salario del gerente y el 50% del salario del supervisor de ventas y del vendedor.

-Se cargara el 70% del costo del mantenimiento al área de administración.



-El 70% del costo del arriendo será cargado a esta área ya que la empresa utiliza el outsourcing para la producción.

-Los costos mas representativos son los de salarios + prestaciones sociales +seguridad social + parafiscales

Gastos Distribución y Ventas

COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS

Salarios	\$ 900.000
Prestaciones Sociales	\$ 546.476
Publicidad y Mercadeo	\$ 300.000
Transporte	\$ 150.000
Ferías	\$ 168.000
Pagina Web	\$ 800.000
Comcel	\$ 200.000
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 3064.476

-Se tomara el 50% de los salarios del supervisor de ventas y del vendedor.

-Se cargara el 50% del transporte al área comercial.

-El costo de publicidad es mensual.

-El valor de feria es mensual.

-La telefonía celular Comcel, se cargara el 50% a esta área.



-Los gastos en publicidad y mercadeo (Ferias, pagina web, material POP) son muy importantes para dar a conocer la empresa y lograr el reconocimiento y posicionamiento necesario para alcanzar las ventas deseadas.

-Los costos mas representativos son los de salarios + prestaciones sociales +seguridad social + parafiscales

8.2.2.4 Gastos Financieros

Ver punto 8.1.2 – Créditos y prestamos bancarios y Tabla de amortización mensual

8.3 Estados Financieros Proyectados

8.3.1 Flujo de Caja

Conceptos	Inversión	Año 1
+ Ingresos por venta		\$ 1.232.740.000
- Costos variables		\$ 653.388.200
- Costos fijos		\$ 139.057.648
Costos fijos de Producción		\$ 33.926.048
Costos fijos de Administración		\$ 68.357.888
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 36.773.712
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.661.200
- Intereses Crédito		\$ 0
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 438.632.952
- Impuestos	\$ 0	\$ 144.748.874
= Utilidad después de Impuestos	\$ 0	\$ 293.884.078
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.661.200
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 355.524.716	\$ 0
Prestamos	\$ 355.524.716	
Recuperación Capital de trabajo		
Valor de Salvamento		



DE NEGOCIOS MANITOS CREATIVAS.docx-Plan de Negocios

- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 368.074.416	\$ 21.331.483
Activos Fijos	\$ 8.629.700	
Pago Crédito (Capital)		\$ 0
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 3.920.000	
Capital de Trabajo	\$ 355.524.716	\$ 21.331.483
FLUJO DE CAJA	-\$ 12.549.700	\$ 274.213.795

Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ 1.630.298.651	\$ 2.156.069.965	\$ 2.851.402.529	\$ 3.770.979.845
\$ 692.591.492	\$ 734.146.982	\$ 778.195.801	\$ 824.887.549
\$ 147.401.107	\$ 156.245.173	\$ 165.619.883	\$ 175.557.077
\$ 35.961.611	\$ 38.119.308	\$ 40.406.466	\$ 42.830.854
\$ 72.459.361	\$ 76.806.923	\$ 81.415.338	\$ 86.300.259
\$ 38.980.135	\$ 41.318.943	\$ 43.798.079	\$ 46.425.964
\$ 1.661.200	\$ 1.661.200	\$ 1.661.200	\$ 1.661.200
\$ 75.180.009	\$ 60.209.907	\$ 40.909.119	\$ 16.024.828
\$ 713.464.842	\$ 1.203.806.704	\$ 1.865.016.526	\$ 2.752.849.192
\$ 235.443.398	\$ 397.256.212	\$ 615.455.454	\$ 908.440.233
\$ 478.021.444	\$ 806.550.492	\$ 1.249.561.072	\$ 1.844.408.958
\$ 1.661.200	\$ 1.661.200	\$ 1.661.200	\$ 1.661.200
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 453.085.463
			\$ 448.841.763
			\$ 4.243.701
\$ 74.359.307	\$ 90.686.092	\$ 111.424.962	\$ 110.903.116
\$ 51.747.935	\$ 66.718.038	\$ 86.018.825	\$ 110.903.116
\$ 22.611.372	\$ 23.968.054	\$ 25.406.138	
\$ 405.323.338	\$ 717.525.600	\$ 1.139.797.310	\$ 2.188.252.506



-El flujo de caja es positivo y tiene a aumentar cada año, esto quiere decir que la empresa tiene una buena proyección de liquidez.

-Podemos decir que la empresa va a generar una corriente de efectivo que le permitirá reponer el capital de trabajo, atender el servicio a la deuda, Atender los requerimientos de inversión en reposición de activos fijos y Repartir utilidades a los socios de la empresa.

8.3.2 Estado de Perdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

CUENTAS		DEL MES 1 AL MES 12
	Ingresos por concepto de Ventas	102.728.333
+		
	Costo Variables	54.449.017
-		
	Costos Fijos Producción	2.827.171
-		
	Gastos Depreciación	126.100
-		
	Utilidad Bruta en Ventas	45.326.046
=		
	Costos fijos de Administración	5.696.491
-		
	Costos Fijos de Ventas y Distribución	3.064.476
-		



DE NEGOCIOS MANITOS CREATIVAS.docx-Plan de Negocios

-	Amortización de diferidos	12.333
=	Utilidad Operativa	36.552.746
+	Otros Ingresos	0
-	Otros egresos	0
-	Costos de Financiación	0
=	Utilidad Antes de Impuestos	36.552.746
-	Impuestos	12.062.406
=	UTILIDAD NETA	24.490.340
-	Utilidades Repartidas (Dividendos)	0
=	Utilidades no Repartidas	24.490.340

		MES 1	MES 2
	Utilidades no Repartidas Acumuladas	24.490.340	48.980.680

MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7
-------	-------	-------	-------	-------



DE NEGOCIOS MANITOS CREATIVAS.docx-Plan de Negocios

73.471.020	97.961.359	122.451.699	146.942.039	171.432.379
------------	------------	-------------	-------------	-------------

MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
195.922.719	220.413.059	244.903.398	269.393.738	293.884.078

-En el estado de resultados, podemos ver que la empresa esta dejando utilidad.

-Podemos decir que el proyecto es viable por que los ingresos proyectados cubren los gastos y los costos de la empresa.

8.3.3 Balance General

No Aplica

8.4 Evaluación financiera del proyecto

8.4.1 Valor Presente Neto

Valor Presente Neto	\$ 2.743.795.530
---------------------	------------------

-El VPN nos determina que la inversión realizada proyecta cumplir con el objetivo básico financiero (maximizar la inversión) y también nos permite determinar que dicha inversión puede incrementar o reducir el valor de la empresa en el futuro.

- La inversión producirá ganancias por encima de la rentabilidad exigida por lo tanto el proyecto puede aceptarse. La empresa es rentable puesto que presenta un Valor Presente Neto positivo.

8.4.2 Tasa Interna de Retorno



Tasa Interna de Retorno	15,00%
Tasa Interna de Retorno	2234,63%

-La Tasa Interna de Retorno es mayor que la Tasa Esperada; esto indica que no se corre un gran riesgo al decidir invertir en la compañía y que esta inversión va a generar utilidades.

-El proyecto se debe aceptar pues estima un rendimiento mayor al mínimo requerido.

8.4.3 Indicadores Financieros proyectados

No Aplica

8.4.4 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Si las ventas se disminuyen a un 15%, la empresa tendría una TIR negativa, por lo tanto, el objetivo principal es tener un incremento en las ventas.

Cambio Porcentual en las Ventas	-15,00%
Tasa de Retorno	1,17%
Valor Presente Neto	441.499.228
Tasa Interna de Retorno	#¡NUM!

Cambio Porcentual en las Ventas	15,00%
Tasa de Retorno	1,17%
Valor Presente Neto	536.762.213
Tasa Interna de Retorno	39,08%

8.4.5 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)



DE NEGOCIOS MANITOS CREATIVAS.docx-Plan de Negocios

Con un cambio porcentual en el precio del -20% la empresa sigue teniendo un VPN aceptable y una buena TIR, por esto es posible bajar los precios si se quiere llegar con una estrategia de introducción al mercado.

Cambio Porcentual en el Precio	-20,00%
Tasa de Retorno	1,17%
Valor Presente Neto	335.863.512
Tasa Interna de Retorno	40,96%

Cambio Porcentual en el Precio	20,00%
Tasa de Retorno	1,17%
Valor Presente Neto	642.397.928
Tasa Interna de Retorno	241,59%



9. CONSIDERACIONES FINALES

Luego de llevar a cabo cada uno de los pasos necesarios para la elaboración de un plan de negocio el que será la exportación y comercialización nacional, de vestuario para niños entre los 2 y los 12 años, llegamos a la conclusión, que el proyecto es viable dada las variables de estudio que se dieron durante la investigación y proyección del plan de negocio y determinando a nivel mundial el crecimiento en la inversión extranjera y en el comercio internacional del sector textil-confección.

La principal estrategia para iniciar el proyecto es implementar todo lo visto en el desarrollo de esta investigación y plan de negocio; y penetrar en el mercado nacional y en el mercado meta que es México, con la ayuda de las diferentes entidades como son: el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, Proexport, “Medellín Clúster textil-confección” ya que están destinando sus esfuerzos para promover las exportaciones tanto tradicionales como no tradicionales, para comerciantes y empresarios que estén dando sus primeros pasos hacia la comercialización internacional.

MANITOS CREATIVAS S.A.S es consciente de los continuos cambios y avances en materia de innovación y moda del sector textil-confección, por tal razón tratamos de estar a la vanguardia e innovación de la moda infantil, tendencias de temporada, colores, diseños, telas, etc.; con el fin de cumplir sus objetivos y siempre estar vigentes en el mercado con vestuario novedoso y lleno de creatividad.

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Alcaldía de Medellín. Cuarto Concurso Capital Semilla. Guía para la presentación del proyecto de Plan de Negocios. Medellín: 2007
- ALCARAZ Rafael. El Emprendedor de éxito. México: Editorial McGraw-Hill Interamericana, 3ª. Edición, 2006. ISBN 970-10-5914-X
- ARBOLEDA VELEZ, Germán. Proyectos –Formulación, evaluación y control. Cali: Editorial AC Editores, 4ª Edición., 2001. ISBN 958-96485-0-9
- FLOREZ URIBE, Juan Antonio. Proyecto de Inversión para PYME – Creación de Empresas. Bogotá: ECOE Ediciones, 2006. ISBN 978-958-648-469-5
- GARCIA, Oscar León. Administración financiera. Fundamentos y aplicaciones, Editorial Prensa Moderna Impresores, Tercera Edición.
- MORALES C, Carlos Mario. Notas de Clase. Medellín: 2007
- SAPAG CHAIN, Nassir y otro. Preparación y Evaluación de Proyectos. Bogota: Editorial McGraw Hill, 3ª. Edición, 1996. ISBN 958-600-338-8
- SAPAG CHAIN, Nassir. Criterios de Evaluación de Proyectos. Madrid: Editorial McGraw Hill, 1996. ISBN 84-481-0067-0
- SAPAG PUELMA, José Manuel. Evaluación de proyectos – Guía de ejercicios. Santiago de Chile: Editorial McGraw Hill, 2ª. Edición, 2000. ISBN 956-278-116-X
- GALINDO RUIZ, Carlos Julio. Manual para la creación de empresas –Guía de planes de negocios. Bogotá: ECOE Ediciones, 2006. ISBN 958-648-430-0
- www.dian.gov.co
- www.enclaveabogados.com



DE NEGOCIOS MANITOS CREATIVAS.docx-Plan de Negocios

- www.globalgeopolitics.net
- www.dinero.com
- www.elpais.com
- www.imigra.com.co
- www.aocdigital.com.co
- www.web2master.net
- www.haceb.com
- www.compumuebles.com
- www.ipsofactomensajeria.blogspot.com
- www.medellincomovamos.org
- www.inviertaencolombia.com.co
- www.proexport.com.co
- www.cia.gov/theworldfactbook
- www.camaramedellin.com.co
- www.mincomercio.gov.co
- www.grupobancolombia.com
- www.cnnexpansion.com/economia/2007/10/19/cniv
- www.inegi.org.mx/sistemas/bie/
- www.iadb.org/en/countries/mexico/mexico-and-the-idb,1048.html
- www.worldbank.org/en/country/México



DE NEGOCIOS MANITOS CREATIVAS.docx-Plan de Negocios

-www.conapo.gob.mx/

-www.inegi.gob.mx/

-antiguo.proexport.com.co/VBeContent/CategoryDetail.asp?idcategory=966&Name=Links%20-%20Estadísticas&IDCompany=16

-www.economia.goc.mx

-www.colmas.com.co

-www.panamericana.com.co

-www.despegar.com

-www.offcorss.com

-www.shopepk.com.co

-www.elpalaciodehierro.com.mx

-www.liverpool.com.mx

-www.exitocom

-www.carrefour.com.co

-www.pepeganga.com

-www.protela.com.co



PLAN

DE NEGOCIOS MANITOS CREATIVAS.docx-Plan de Negocios



PLAN

DE NEGOCIOS MANITOS CREATIVAS.docx-Plan de Negocios

--	--	--	--	--



PLAN

DE NEGOCIOS MANITOS CREATIVAS.docx-Plan de Negocios
