

CYS

UNA FIGURA IDEAL



NOMBRE DEL PROYECTO
Exportación de JEANS a Misisipi

Plan de Negocios

Medellin – Noviembre – 2011

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 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

- 4.7.4. 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

Las razones que nos motivaron a realizar este proyecto , empezaron en la universidad cuando mis compañera y yo necesitábamos crear una empresa exportadora para sustentar la tesis de grado , entonces empezamos a investigar que producto nos seria rentables para la exportación y nos metimos por el mercado de los estados unidos y nos dimos cuenta que el producto más escaso y olvidado hacía en el mercado es los jeans para personas gorditas así pensamos nosotros , y comenzamos una investigación de mercado con base a las personas obesas y nos dio un resultado que la población de más personas obesas era Misisipí , entonces establecimos contacto con una empresa de allá para empezar a ser comercializadores de eso , la empresa dijo que si entonces nosotros miramos como podíamos empezar , si produciendo o comprando los jeans para estas personas y decidimos comercializar era más ágil y podíamos abrir más el mercado de jeans , nosotros llevamos los diseños y cuantos docenas necesitamos y de ahí hacemos nosotros el estudio de producción de lo que necesitábamos y sacamos varias conclusiones de docenas de entrega y precios que eran muy favorables para nosotros , lo bueno de comercializar es que podemos siempre trabajar sin tener stock , solo lo contratado por nuestra empresa compradora de nuestro producto , de ahí medimos los pasos de los tiempos para ver cuánto se demora en llegar el producto , como no son cantidades enormes el transporte es menos complejo , para la medición de precio tuvimos en cuenta mucho la competencia porque investigamos que precios manejaban ellos allá y por supuesto los precios de nosotros de producción , en lo general sabemos que es un negocio rentable porque casi no hay demanda de empresa entonces la competencia es más pareja , lo importante de seguir con nuestra empresa va a ser la innovación de diseño para poder competir y sacar colecciones que nadie se alcance a imaginar ni el consumidor , la idea es dejar huella en este tipo de personas que están olvidadas por su figura y de ahora **CYS JEANS** les dio la oportunidad de ser sexy s y mostrar su figura ormada con nuestros jeans .

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Nombre y Apellidos: SERGIO ADRIÁN GÓMEZ JARAMILLO			
Identificación: 71527423	Teléfono: :2684527	Celular: 3218301 768	
Dirección: cll9a sur n° 29-151		Barrio:	
Ciudad: Medellin	Correo electrónico: sergio gomezjaramillo@h otmail.com		
Estudios:	Técnicos	Tecnológico s	Universitarios
Otros Estudios:	Ingles en london		

--



2.

PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS La exportación de jeans a Misisipi es una idea de proyecto que se ha iniciado en el año 2011 como un plan de negocios en la institución universitaria Esumer, con el fin de poner en práctica todo los conocimientos adquiridos durante seis semestres y llevar a cabo dicha idea, en donde se quiere satisfacer o generar una necesidad al interior de mercados no explorados, en este caso el mercado de misisipi, en donde se quiere buscar nuevas alternativas de negocios que nos permitan generar nuevas expectativas de desarrollo, no obstante se requiere la búsqueda de proveedores y asesores que sirvan de apoyo para darle soporte y credibilidad a la comercializadora CYS jeans buscando captar nuevos inversores que permitan dar cavidad al buen funcionamiento y evolución del mismo

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

CYS JEANS.

3.2 Descripción de la Empresa

Fabricar por medio de un tercero y comercializar, jeans para mujeres obesas o con sobre peso a la vanguardia de la moda y sus necesidades.

3.3 Misión de la Empresa : Somos una empresa con proyección internacional, sólida y estable, comercializamos jeans para personas obesas que brinden una mejor satisfacción personal, con el objetivo principal de asegurarnos siempre de lograr la alegría total de nuestros clientes

3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

Crear impacto entre los compradores, para de esta manera causar necesidad de compra y así obtener los resultados esperados en las ventas, siendo competitivos y posicionando nuestra marca en el mercado estado unidense.

3.5 Ventajas Competitivas

CYS jeans se distingue porque principalmente nuestro producto está hecho de la mejor calidad, permitiendo que nuestra consumidora (mujer obesa o con sobre peso) se sienta cómoda, sensual, que se adapte a sus necesidades y gustos; ya que es una mujer con características especiales que las hacen diferentes al resto de las mujeres, pero con el mismo derecho a sentirse bellas. Las cualidades de nuestro producto no nos hacen

únicos en el mercado, ya que, la competencia ofrece un producto bueno, pero nuestros diseños si nos diferencia porque no nos enfocamos solo en crear un jean de talla grande; como valor agregado tenemos que nuestro jean está a la vanguardia de la moda.

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

Fabricar por medio de un tercero y comercializar, jeans para mujeres con sobre peso a la vanguardia de la moda y sus necesidades.

3.7 Relación de productos y/o servicios

Los jeans son de uso diario y complementan la figura y comodidad de la mujer, en esta caso nuestros jeans son para personas obesas, que se limitan muchas veces a ponerse cualquier jeans por su figura, y nuestro producto las va ayudar a quitarse ese complejo de sentirse mal

3.8 Justificación del Negocio

La empresa CYS JEANS nace a través de un estudio de mercado que nos permitió identificar que las mujeres obesas o con sobrepeso están relegadas en el mundo de la moda, ya que hoy en día solo se diseña para las mujeres delgadas dejando a un lado a otro gran mercado potencial; ya que la obesidad es un tema que cada día afecta a más y más mujeres en todo el mundo.

3.9 Análisis del entorno y del sector

SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS - SGP DE EE.UU.

Este Programa dispone que determinadas mercancías de ciertos países y territorios en vías de desarrollo, independientes o no, ingresen sin pago de derechos de aduana, a fin de fomentar su crecimiento económico.

El APTDEA es una prórroga del APTA por el cual se amplía las preferencias para productos que se encontraban excluidos, como confecciones, atún empacado al vacío en bolsas de aluminio, calzado y manufacturas de cuero, petróleo y derivados del petróleo, relojes y partes para relojes, entre otros.

TLCAN: Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

Estados Unidos continúa siendo el mayor socio comercial, con una participación de 33 por ciento del total de las exportaciones colombianas de prendas de vestir, seguido de Venezuela, México y Ecuador, con participaciones del 19, 11, y 7 por ciento, respectivamente. Estos cuatro países concentraron el 69 por ciento del total de las exportaciones colombianas del sector en el periodo

3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio

- Principalmente tener conocimiento en el área a ejercer
Ejemplo: los conocimientos adquiridos durante la trayectoria de la tecnología objeto de este proyecto de grado.
- saber cuáles son los procedimientos a seguir al momento de realizar una exportación o ya sea la distribución desde su negociación hasta la entrega final de la mercancía.
- mantenerse a la vanguardia del mercado ya que constantemente adquiere cambios en los procesos o requerimientos de los entes de control teniendo en cuenta la reglamentación pertinente.
- También puede ser de gran importancia el dominio de un segundo idioma ya sea **el inglés** u otro.

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

Fortalecer la capacidad de ventas en el mercado de Misisipi USA Después de evaluar los diferentes segmentos que existe en el mercado que facilite la demanda, tomando en cuenta la conexión esencial del jeans en las personas obesas, es un estudio que aún está en proceso y que se ha encontrado en un promedio entre el 8% y el 10% de los habitantes de misisipi , se quiere llegar allí en un periodo máximo de 1 año.

- Penetrar en el mercado de personas obesas
- Aumentar la presencia internacional.
- Realizar estudios constantes de estándares de calidad que permitan la satisfacción en un 50% del consumidor final.
- Posicionarnos en el mercado de los estados unidos con el fin de generar rentabilidad y mejor estilo de vida.
- Tener la mejor logística de transporte para la distribución de jeans al finalizar el año generando mayores utilidades y menores inventarios.

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

La unidad de empaque de nuestro producto es el paquete que tiene 12 jeans.

Características Físicas:

Jean para Dama en 100% Índigo

Partida Arancelaria: 62.04.69.00.00

Está compuesto por los siguientes suministros:

- 1 Parte delantera
- 1 Parte trasera
- 1 Cremallera o cierre
- 1 Botón plateado
- 3 Bolsillos delanteros
- 8 Remaches plateados
- 1 Pretina
- 5 Pasadores
- 1 Marquilla
- 1 Etiqueta en tejido
- 1 Etiqueta de papel

Parte Delantera

Cuenta con una tapa, una pretina ancha que contiene dos pasadores para facilitar a la mujer poder usar cualquier tipo de cinturón, un bolsillo a cada lado y uno de ellos contiene un bolsillo más pequeño más que todo de decoración, un botón plateado, ocho remaches a los alrededores de los bolsillos y un cierre o cremallera.

Parte Trasera

Cuenta con una tapa, una pretina que contiene tres pasadores para darle mayor estabilidad al cinturón, una etiqueta en tela que tiene la marca y una etiqueta de papel que cuelga del Jean contiene logotipo, precio, referencia y talla.

Clase de Tela: Strech de tejido plano

Clase de Prenda: Informal

Color de la Prenda : Azul

Hilo: En algodón / blanco

Características Técnicas

Tallaje:

En Estados Unidos las tallas son diferentes a las europeas. No es una norma obligatoria adaptar el etiquetado de las tallas a las estadounidenses, pero sí es un modo de adaptarse mejor al consumidor americano, y facilitarle así la tarea a la hora de buscar su talla en el punto minorista al que acuda.

A continuación se presenta una tabla de equivalencias aproximadas de tallas de prendas de confección femenina.

Embalaje

El Code of Federal Regulations recoge en su epígrafe 16 CFR 303.28 los requerimientos de la Federal TradeCommission (FTC) en materia de embalaje para prendas textiles. En él se exige que la información sobre las características de las prendas sea visible a través del embalaje. En este sentido, cuando el envoltorio no sea transparente, o por otros motivos la lectura de las características se haga imposible, se deberá hacer constar esta información de otro modo legible en el embalaje.

Necesidad

El problema principalmente es que este segmento está muy relegado u olvidado, porque las tendencias de la moda se han enfocado principalmente en una mujer delgada, por lo cual consideramos una posible oportunidad para incursionar en este mercado, considerando que nuestro jean se enfocara en diseño, estilo, colores, etcétera.

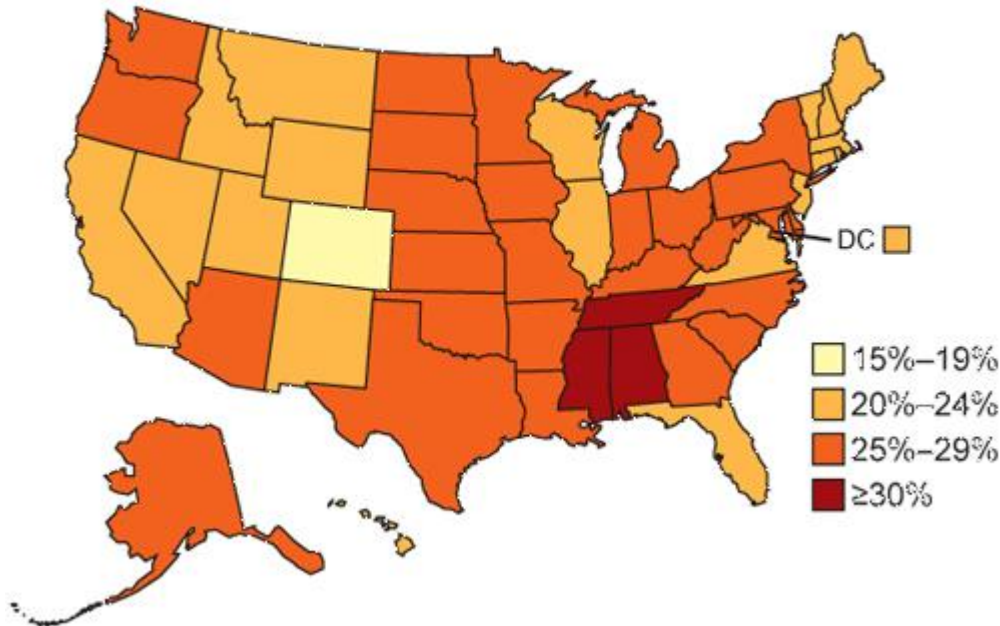
4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

Nuestro cliente es el distribuidor, son conocedores del mercado, que orientarán de manera eficaz a los exportadores, teniendo en cuenta que a menudo están especializados en algún tipo de producto concreto o en una región determinada. El distribuidor se ocupa de todos los trámites de transporte interior, aduanas y entrega a minoristas, cuando el exportador desee reunirse con un distribuidor para abrir algún tipo de relación comercial, éste ha de proporcionar un listado de precios en términos FOB (Free OnBoard), ya que el distribuidor es capaz de calcular el resto de costes que se habrán de añadir (seguro, flete, transporte, bróker, aduanas...) para llegar al precio landed o DDP. El distribuidor, además de encargarse de todas estas gestiones y sus gastos correspondientes, lleva a cabo toda la promoción y tareas de distribución en todo el territorio que cubre, asumiendo también la fase de cobro.

4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor

Prevalencia de la obesidad (IMC ≥ 30) entre los adultos en Estados Unidos, 2007



Índice de obesidad por estado en el 2007

Estado	%	Estado	%	Estado	%	Estado	%
Alabama	30.3	Illinois	24.9	Montana	21.8	Rhode Island	21.4
Alaska	27.5	Indiana	26.8	Nebraska	26.0	Carolina del Sur	28.4
Arizona	25.4	Iowa	26.9	Nevada	24.1	Dakota del Sur	26.2
Arkansas	28.7	Kansas	26.9	New Hampshire	24.4	Tennessee	30.1
California	22.6	Kentucky	27.4	Nueva Jersey	23.5	Texas	28.1
Colorado	18.7	Luisiana	29.8	Nuevo México	24.0	Utah	21.8
Connecticut	21.2	Maine	24.8	Nueva York	25.0	Vermont	21.3
Delaware	27.4	Maryland	25.4	Carolina del Norte	28.0	Virginia	24.3
Washington DC	21.8	Massachusetts	21.3	Dakota del Norte	26.5	Washington	25.3
Florida	23.6	Michigan	27.7	Ohio	27.5	Virginia Occidental	29.5
Georgia	28.2	Minnesota	25.6	Oklahoma	28.1	Wisconsin	24.7
Hawai	21.4	Misisipi	32.0	Oregón	25.5	Wyoming	23.7
Idaho	24.5	Misuri	27.5	Pensilvania	27.1		

Determinación de la Demanda

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
PRODUCCION	5.031.262	4.475.386	4.733.861	4.788.009	4.700.000	4.600.000

IMPORTACIONES (CIF)	31.054.748	33.035.984	34.852.170	37.199.805	39.650.951	39.028.000
EXPORTACIONES (FAS)	3.029.497	2.696.189	2.579.116	2.508.838	2.049.313	2.011.252
CONSUMO APARENTE	33.056.513	34.815.181	37.006.915	39.478.976	42.301.638	41.616.748

DEMANDA DEL PRODUCTO

Población de **tallas grandes**: según datos del centro estadounidense para estadísticas, perteneciente al centro estadounidense para el control de las enfermedades (CDC), el 67% de los varones estadounidenses, el 62% de las mujeres y el 15% de los niños entre 2 y 19 años sufren de sobrepeso.

En nuestra primera exportación esperamos abarcar del 62% de las mujeres obesas un 20% de esta cifra; ya que nuestra capacidad económica inicialmente no nos alcanza para abarcar un porcentaje más alto.

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores:

Material de Oficina	Papel Carta	3	\$100.000	Proveedor Papelería Marion
	Papel Oficio	3	\$100.000	
	Sobres	100	\$50.000	
	Lapiceros negro – Azul	15	\$25.000	
	Tinta – Impresora, FAX	4	\$100.000	
Implementos de Aseo	Trapeadora	2	\$25.000	Proveedor Makro
	Escobas	2	\$15.000	
	Recogedor	2	\$20.000	
	Detergentes – Jabones, desinfectantes.	3	\$40.000 mensual.	
Confeccionista	Jeans			Proveedor

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

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

c) Aplicación de la Medios

d) Resultados del estudio de los proveedores

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

Pais	ciudad	contacto	telefono	Dirreccion	producto
Peru	lima	Juan lobaton	00 511 9670032	AVENIDA JORGE BASADRE No.1580 LIMA 27 Perú	Jeans y legis para

1. OFERTA DEL PRODUCTO *La oferta se presenta buena ya que solo hay una empresa q nos compite se llama **fat jeans**; pero esta está especializada solo a dar un recurso a la gente obesa, mas no a satisfacerla como podemos hacerlo nosotros, q buscamos q el cliente se sienta bien cuando compra nuestro producto, ejemplo que les orme bien en su figura.*

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

Los que quisimos encontrar con este estudio de mercado era saber las fortalezas y debilidades de nuestra competencia ejemplo :

Fortalezas : entraron primero al mercado de misisipi , manejan dos productos que son jeans y legis , y tienen buena capacidad de producción

Debilidades : han perdido nombre en el mercado de las personas obesas por su mala calidad del producto , el estilo de jeans no orma como quiere el consumidor , no varían tendencias de moda siempre son las mismas , precios altos y el logo y eslogan no atraen l los consumidores.

No manejan un call center y los canales de distribución no son los indicados para llegarle al consumidor.

A) Nosotros CYS jeans investigamos la competencia por medio de nuestro contacto en lima pero Juan lobaton que nos suministro toda la información correspondiente a Fat jeans y también realizamos diferentes diálogos con personas de Fat jeans por medio del sitio web de ellos www.fatjeansob.co



Fat jeans

<http://www.google.com.co/imgres?q=fat+jeans&um=1&hl=es&biw=1280&bih=705&tbm=isch&tbnid=UwIHLEQNwvjT2M:&imgrefurl=http://thickmisses.blogspot.com/2007/08/moniques-new-fat-girl-jeans>

B) empleamos llamadas telefónicas , videoconferencias (skype) , correos electrónicos , por políticas de seguridad no dieron mas información y menos la financiera por ser uso privado de la empresa.

<i>Fat jeans</i>	<i>cantidad</i>	<i>unidad</i>	<i>Valor usd cantidad</i>	<i>Valor usd unidad</i>
	12	1	70	100

juan.lobaton...perulin@hotmail.com

medellin 20 de agosto 2011

Buenas tardes

señor : juan lobaton

Por medio de la presente , le comunico que necesitamos un estudio detallado del mercado de la empresa Fat jeans , esta empresa es nuestra competencia en la distribucion de jeans en la ciudad de misisipi USA , necesitamos saber fortalezas , debilidades , precios , producción , calidad , demanda , oferta , todo lo relacionado para

nosotros competirles ya que ellos son los primeros exportadores de jeans para personas obesas en misisipi .

espero pronta respuesta

SERGIO GOMEZ

C) Por medio de Juan Lobaton nuestro contacto en Peru , esta investigación se inicio el dia 15 de agosto de 2011 , en Lima-Peru , visitas a la empresa Fat Jeans por parte de nuestro contacto , comunicación face to face con los encargados de la compañía

D)

Nombre	Dirreccion	Contacto	producto	precios	pagos	debilidades	fortalezas	Servicio al cliente
Fat jeans	AVENIDA JORGE BASADRE No.1580 LIMA 27 Perú	Juan lobaton	Jeans y legis	100 usd	2 contados	Baja calidad en los productos	Es el primero que penetro el mercado	No manejan en la ciudad de misisipi solo en peru

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

c) Aplicación de la Medios

d) Resultados del Estudio de la Competencia

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución

Distribución indirecta

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

a) Defina las variables que se estudiaron del mercado Distribuidor

- El comercializador cuenta con un intermediario para llegar al minorista, ya sea un agente o un importador/distribuidor.
- Se trata de la opción menos costosa para la empresa exportadora. Será la mejor opción para las empresas que no conozcan el mercado y para las que no dispongan de recursos suficientes para implantarse en el país.
- la pérdida de control sobre el producto por parte del exportador, que sólo contará con la información que el distribuidor.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado distribuidor

c) Resultados del Estudio del mercado Distribuidor

4.6.3 Comunicación

- 1. Nombre comercial:** Jean para Dama en 100% Índigo
- 2. Empaque:** cada jean va empacado en bolsa plástica con el logo e la empresa
- 3. LOGO**

4.6.4 Actividades de promoción y divulgación

El distribuidor, además de encargarse de todas estas gestiones y sus gastos correspondientes, lleva a cabo toda la promoción y tareas de distribución en todo el territorio que cubre, asumiendo también la fase de cobro. Como consecuencia de la responsabilización de todos estos trámites, como se ha comentado anteriormente, en tiempos de crisis como el actual, se ha observado un descenso considerable en el número de distribuidores, ya que estos profesionales no están tan dispuestos a correr estos riesgos en momentos difíciles.

4.7 Precios de los Productos

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

Relación precios	Precios Mercado	Precios unid producida	Calidad	Popularidad	Satisfacción
CYS Jeans	100 usd	25 usd	Excelente	20%	15%
FAT Jeans	170 usd	50 usd	Excelente	70%	70%

4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

Precios 70 usd :somos comercializadores es valor neto

Productores vende a 30 usd

4.7.3 Los Precios de los Productos propuestos

4.7.4 Política de Precios

Volúmenes de descuentos	Descuentos por pronto pago	Plazos	1 fase	2 fase	3 fase
100 docenas	5% descuento	3 fases de pago	Empezando negocio	Antes de envío	Producto en destino
200 docenas	10% descuento	3 fases de pago	Empezando negocio	Antes de envío	Producto en destino

4.8 Riesgos y Oportunidades del mercado

- Nuestra principal oportunidad es lograr despertar el interés de clientes no explorados dado que CYS JEANS compite por sus despachos inmediatos y los precios exequibles.
- El valor agregado de calidad no solo en el servicio sino en el producto final.
- Un posible riesgo puede ser que somos un país de alto riesgo por el problema de las drogas.
- El acuerdo TLC puede que perdamos o ganamos en el mercado

4.9 Plan de ventas

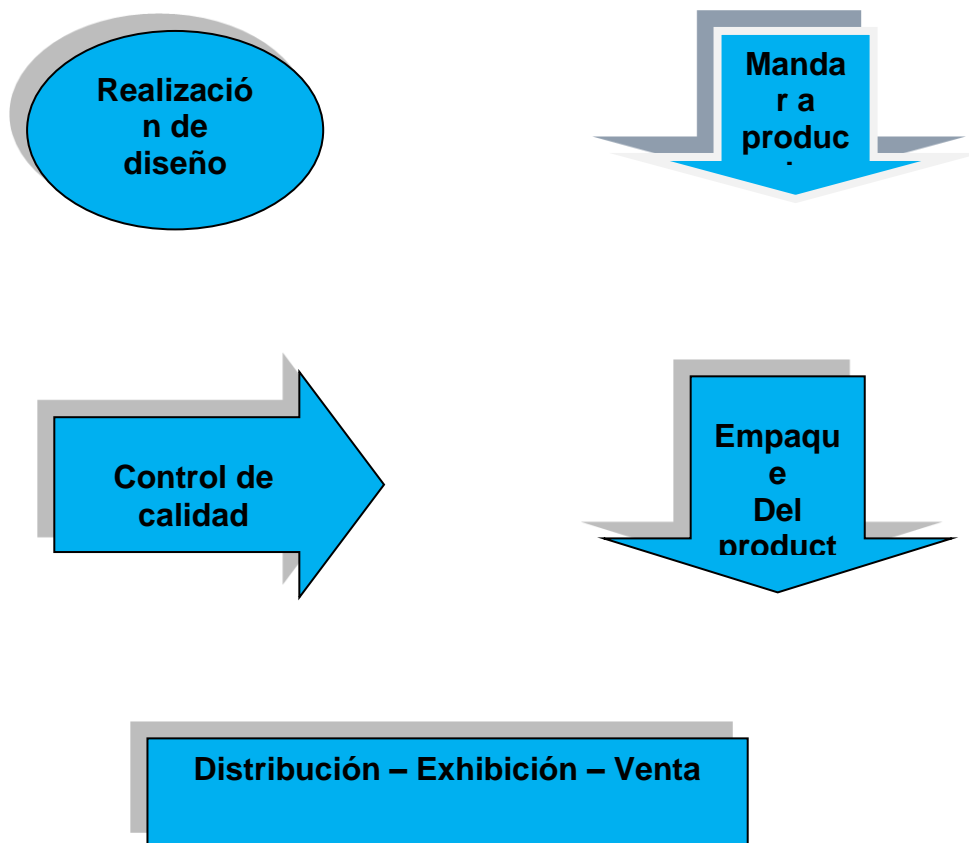
5 ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de producción

Nuestros objetivos de producción se basan teniendo un staff no superior a 2 meses de cada producción es decir , por cada producción siempre hay dos en el staff, por cualquier eventualidad , como somos comercializadores no necesitamos estar produciendo .

5.2 Descripción del proceso de producción

Diagrama de flujo del proceso



5.3 Capacidad de producción

20 docenas de jeans por mes.

5.4 Plan de Producción

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

insumos	proveedor	costo
jeans	Jeans online	30 usd

5.5.1 Locaciones

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

Gerente, área administrativas, diseñador y jefe de producción, secretaria.

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

ACTIVIDADES AGRUPADAS	FUNCIONES	PERFIL	CARGO	REQUERIMIENTOS TECNOLÓGICOS	SALARIO
Encargado de tomar decisiones administrativas en cuanto a los procedimientos y estrategias de ventas	Implementar los objetivos, metas, políticas y estrategias de la empresa en materia de transformación y distribución e identificar los patrones para atender el crecimiento de ventas y producción, igualmente establecer un orden de prioridades para su ejecución.	Estudios en administración de empresas	Gerente	-Computador -Escritorio -Silla -Celular -internet	·\$2.000.000
Encargado de tomar decisiones en cuanto a los procedimientos y estrategias de la exportación del producto.	Coordinar las labores de exportación del producto con el apoyo del gerente y mantener el contacto directo con el comercializador del producto en Estados Unidos, identificando y evaluando como va las ventas del	Estudios en comercio internacional	Área administrativa y de comercio	-Computador -Escritorio -Silla -Celular -internet	\$1.500.0000
Realización de diseños	Mantener actualizado sus diseños, l	Estudios en diseño	Diseñador y jefe de	-Computador -Escritorio -Silla	\$1.200.000

<p>innovadores de acuerdo a las tendencias de la moda; servir de soporte y apoyo a las funciones y patrones del taller de producción.</p>	<p>y conocimientos en esta área, sobre los cambios y novedades que presenta el medio de la moda. Asistir al personal de producción en el desempeño de sus funciones.</p>	<p>de modas</p>	<p>producción</p>	<p>-Celular -internet -Software de diseños</p>	
<p>Encargada de recibir y enviar la información generada en la en la empresa.</p>	<p>-Recepción de llamadas e información. -Servir de asistente al gerente y a las personas encargadas del área de administración y comercio en cuanto a la circulación interna de información en la empresa.</p>	<p>Estudios relacionados con sistemas y servicio al cliente.</p>	<p>Secretaría</p>	<p>Computador -Escritorio -Silla -Teléfono fijo -internet</p>	<p>\$600.000</p>

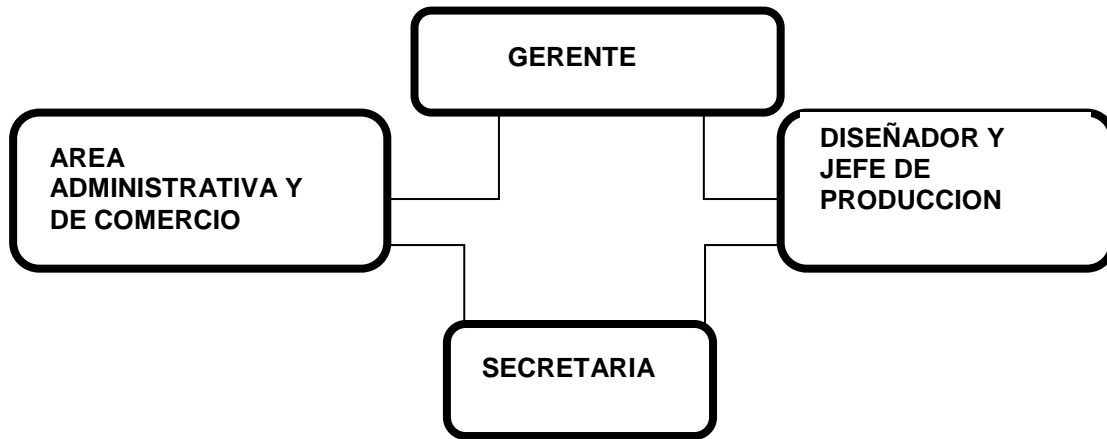
6.1.2 Procesos administrativos externalizados

TIPO DE SERVICIO	DESCRIPCIÓN	COSTO
Energía, Agua y Telecomunicaciones	Servicio esencial para el funcionamiento de la administración y la empresa; este servicio proviene de las empresas públicas de Medellín (EPM) y Une Telecomunicaciones	\$750.000 Mensuales
Seguro	Se cubren los costos contra accidentes y enfermedades del personal , afiliándolos a una determinada EPS y demás prestaciones exigidas por la ley	\$2.968.000 Mensual/ todo el personal
Mantenimiento de los equipos	Busca la optimización y el buen funcionamiento de los equipos administrativos.	\$208.333 Mensuales
Vigilancia	El servicio de vigilancia se prestara en el sector, todos los días 2 turnos de (7am a 7pm) y (7pm a 7 am)	\$550.000 Mensuales
Seguro contra daños y perjuicios	Este seguro nos permite asegurar los daños directos contra la oficina, tales como incendios y robo	\$360.000 Mensuales

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama

6.2.2



6.2.3 Descripción funcional de la Organización

GERENTE:

El gerente tiene facultades para ejecutar todos los actos o contratos comprendidos dentro del objeto social, la toma de decisiones y la planeación empresarial, representación de la empresa, para la realización de los fines que persigue nuestra compañía y los que se relacionan directamente con la existencia y el funcionamiento de la misma.

Este tiene la responsabilidad de:

- Manejar las relaciones comerciales con los proveedores nacionales y con los clientes en el exterior.
- Encargado de negociar precios de embalajes, producto, transporte y el bodegaje.
- Velar por el desempeño eficaz de todas las funciones de la empresa enfocado en comercio exterior.
- liderar y coordinar las funciones de la planificación estratégica y de ventas que permitan su aumento y que beneficie el objetivo principal de la compañía.
- Planificación y control de actividades
- Gestionar las diferentes opciones de inversión.
- Controla los gastos administrativos.
- Analizar, verificar, estudiar y aprobar los costos de los productos a comercializar.

- Presenta informes de su gestión y del movimiento de las exportaciones a la Junta de Socios periódicamente.
- presentar el balance general Velar por el buen estado del plan de cuentas al final del ejercicio.
- realizar la distribución de utilidades, asignación de presupuestos y planes de venta.

DISEÑADOR

Realización de diseños innovadores de acuerdo a las tendencias de la moda en cuanto se refiere a las líneas y colecciones de lencería para hogar; servir de soporte y apoyo a las funciones y patrones del taller de producción.

Requisitos para desempeñar el cargo:

- Estudios en diseño de modas y conocimientos confección y tendencias de líneas de lencería hogar.

Funciones Específicas:

- Mantener actualizado sus diseños, l y conocimientos en esta área, sobre los cambios y novedades que presenta el medio de la moda.
- Realizar los diseños de las líneas correspondientes a los cambios de la colección de cada cuatro meses según las tendencias de moda.
- Asistir al personal de producción en el desempeño de sus funciones.
- Asistir a los comités y reuniones que se le asignen el jefe inmediato.
- Proponer a su inmediato superior los cambios que considere convenientes para la buena producción de cada patrón.
- Elaborar informes y contribuciones que son necesarios presentar al superior.
- Llevar con rigor el control sobre el desempeño del taller frente al cumplimiento de los indicadores de calidad del servicio y elaboración correspondientes a su producción.
- Asistir a los diferentes eventos que sobre moda, tendientes al mejoramiento de la calidad y la elaboración de diseños innovadores.
- Apoyar al departamento de producción, comercial y mercadeo en el desarrollo de planes y propuestas tendientes a detectar por los sectores críticos con el fin de avanzar en la formulación de soluciones

•

SECRETARIA

Encargada de recibir y enviar la información generada en la en la empresa.

Requisitos para desempeñar el cargo:

- ☞ Estudios relacionados con sistemas y servicio al cliente.

Funciones Específicas:

- ☞ Recepción de llamadas e información.
- ☞ Servir de asistente a la administración en cuanto a la circulación interna e interna de información en la empresa.
- ☞ Atención y servicio al cliente interno y externo para la satisfacción de las necesidades inmediatas.
- ☞ Coordinación de las reuniones de plantación de estrategias de producción y ventas.
- ☞ Manejo y coordinación de vinculación de personal, y tramites para la seguridad social.
- ☞ Coordinar las funciones del personal a su cargo, como lo son el mensajero y personal de oficios varios.

Área administrativa

Funciones específicas:

- ☞ Identificar por medio de los empleados y encargados los mantenimientos necesarios de las prendas.
- ☞ Vigilar que los trabajos que se realicen dentro del taller, se lleven acabo cumpliendo las normas para ello, exigidas por la ley.
- ☞ Cumplir y hacer cumplir estrictamente el reglamento interno de trabajo y las normas de seguridad y la prevención de accidentes.

- ☞ Mantener actualizado los patrones de diseño sobre la existencia de cada prenda confeccionada.
 - ☞ Implementar los objetivos, metas, políticas y estrategias de la empresa en materia de transformación y distribución e identificar los patrones para atender el crecimiento de ventas y producción, igualmente establecer un orden de prioridades para su ejecución.
 - ☞ Organizar la realización de estudios para la utilización de recursos financieros, económicos y presentar alternativas a consideración.
 - ☞ Coordinar las labores con el apoyo del supervisor de producción y el administrador del punto de venta, identificando y evaluando posibles fuentes de recursos económicos y financieros a mediano y largo plazo, para el análisis de alternativas de nuevos proyectos de patrones
 - ☞ Proponer la fijación de criterios de confiabilidad en el diseño de sistemas de transformación y distribución.
 - ☞ Mantener intercambio de caracteres técnicos que atienden el mercado de la confección.
 - ☞ Hacer seguimiento y evaluación del desarrollo de los proyectos y del proceso operativo de los diseños que se ejecutaran.
 - ☞ Mantener se a la vanguardia de los cambios tecnológicos necesarios para atender adecuadamente la demanda con las calidades preestablecidas.
 - ☞ Elaborar el presupuesto.
-
- Mantener la base de datos de todos los proveedores y clientes de la compañía.
 - créditos, compras y metas.
 - Después de que el gerente le dé la orden de compra, deberá encargarse de hacerlas.
 - Supervisar los despachos de la mercancía vendida.

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

Contratación de personal

Para la contratación de personal el procedimiento a seguir es el siguiente:

Definir el organigrama de la empresa, describiendo en cada cargo el perfil de la persona que lo debe ocupar, el nivel educativo y la remuneración disponible para este cargo

Para comenzar la selección se debe crear una base de datos, para esto existen hoy herramientas que son muy útiles a la hora de conformar dichas bases, muchos sitios en internet tienen disponibles bases de datos referenciadas por cargos

Después de esto se hace el primer filtro, una primera preselección de personal

Se programa una prueba técnica

Luego se programa una prueba psicotécnica

Y por último se realiza una entrevista

Después de la entrevista se realiza un chequeo médico general, para evaluar las condiciones físicas del aspirante

En cada uno de los pasos se pueden ir aplicando filtros, para hacer el proceso un poco menos denso

Después de la selección del personal se realiza una capacitación específica de las funciones que debe realizar el individuo, se le hace conocer el reglamento de la empresa, se realizan las respectivas afiliaciones al sistema de seguridad social, se le entregan los implementos de protección personal así como la dotación.

Las actividades operativas están definidas por la logística de la empresa

Lo primero es identificar los proveedores con los cuales se va a trabajar y las condiciones, si son compras en efectivo o a crédito, se realiza una negociación en busca de obtener descuentos y se definen tiempos de entrega con el objetivo de tener claro los ciclos de producción internos. Se define también el curso desde que se genera la orden de compra al proveedor, tiempo de entrega, entrega, recibo, facturación, la facturación de los proveedores si es de contado debe estar sujeta a la aprobación de la persona encargada del pedido y tiene un curso dentro del departamento de contabilidad, la facturación que sea a crédito entra a una programación de pagos la cual es definida entre contabilidad y cartera.

La facturación de la empresa esta definida desde que el agente comercial de la empresa realiza un negocio con un cliente, esta tiene diferentes modalidades

1 Pagos con anticipos: se genera el pago de un porcentaje del negocio antes de comenzar la producción y otro porcentaje al momento de entregar la producción

2 Pagos contraentrega: el pago se genera una vez se entrega la producción a satisfacción del cliente

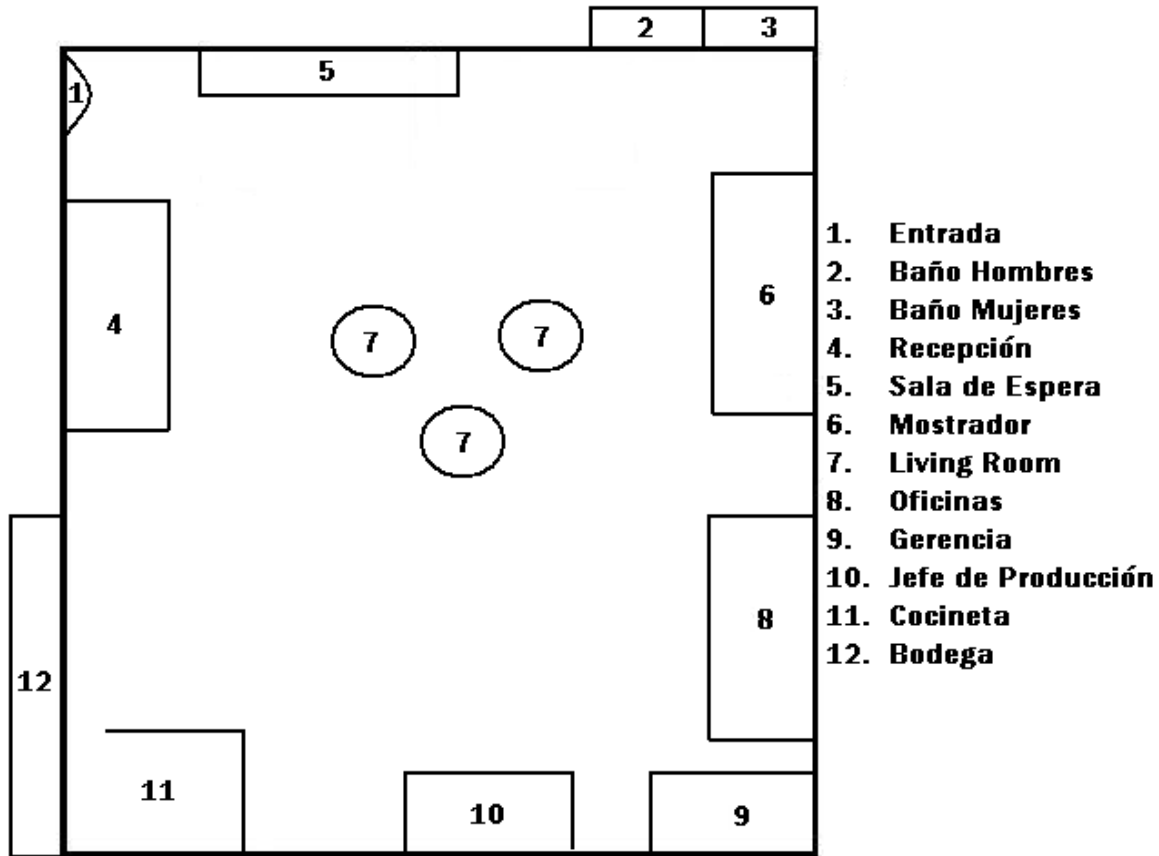
3 Pagos a crédito: se pacta con el cliente que el pago se realiza un tiempo después de entregada la mercancía, generalmente son a 30 o a 60 días

El manejo financiero y contable es uno de los pulmones mas importantes de cualquier compañía, porque es la carta de presentación de la empresa ante los proveedores, bancos, entes gubernamentales como la DIAN, industria y comercio, etc.

Toda la información de la facturación tanto de proveedores como clientes es manejada por medio de un software contable, el registro lo realiza un auxiliar contable, el cual es revisado por un contador quincenalmente. Los impuestos son pagados cada dos meses IVA y RteFte, cada año se realiza la declaración de renta, las utilidades serán repartidas

anualmente entre los socios, en caso de arrojar perdidas en el ejercicio se concertara si se realiza una recapitalización o si se pierde sobre el valor generado

6.3.1 Locaciones



6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

DESCRIPCION	CANTIDAD	PROVEEDOR	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
-------------	----------	-----------	-----------------	--------------

Escritorios	4	Home center	\$1.800.000	\$7.200.000
Equipos	4	Home center	\$1.800.000	\$7.200.000
Impresoras	2	Home center	\$600.000	\$1.200.000
Sillas	4	Home center	\$250.000	\$1.000.000
Teléfonos	3	Monterrey	\$150.000	\$450.000
Telefax	1	Monterrey	\$480.000	\$480.000
Archivador	1	Home center	\$1.500.000	\$1.500.000
Escáneres	2	Monterrey	\$300.000	\$600.000
Muebles y enseres	1	Home center	\$4.000.000	\$4.000.000
			TOTAL	\$23.630.000

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

Material de Oficina	Papel Carta	3	\$100.000	Proveedor Papelería Marion
	Papel Oficio	3	\$100.000	
	Sobres	100	\$50.000	
	Lapiceros negro – Azul	15	\$25.000	
	Tinta – Impresora, FAX	4	\$100.000	
Implementos de Aseo	Trapeadora	2	\$25.000	Proveedor Makro
	Escobas	2	\$15.000	
	Recogedor	2	\$20.000	
	Detergentes – Jabones, desinfectantes.	3	\$40.000 mensual.	

6.3.4 Requerimientos de servicios.

TIPO DE SERVICIO	DESCRIPCIÓN	COSTO
Energía, Agua y Telecomunicaciones	Servicio esencial para el funcionamiento de la administración y la empresa; este servicio proviene de las empresas públicas de Medellín (EPM) y Une Telecomunicaciones	\$750.000 Mensuales
Seguro	Se cubren los costos contra accidentes y enfermedades del personal , afiliándolos a una determinada EPS y demás prestaciones exigidas por la ley	\$2.968.000 Mensual/ todo el personal
Mantenimiento de los equipos	Busca la optimización y el buen funcionamiento de los equipos administrativos.	\$208.333 Mensuales
Vigilancia	El servicio de vigilancia se prestara en el sector, todos los días 2 turnos de (7am a 7pm) y (7pm a 7 am)	\$550.000 Mensuales
Seguro contra daños y perjuicios	Este seguro nos permite asegurar los daños directos contra la oficina, tales como incendios y robo	360.000 Mensuales

6.3.5 Requerimientos de personal

6.4 Programa de administración

Contratación de personal

Para la contratación de personal el procedimiento a seguir es el siguiente:

- Definir el organigrama de la empresa, describiendo en cada cargo el perfil de la persona que lo debe ocupar, el nivel educativo y la remuneración disponible para este cargo.
- Para comenzar la selección se debe crear una base de datos, para esto existen hoy herramientas que son muy útiles a la hora de conformar dichas bases, muchos sitios en internet tienen disponibles bases de datos referenciadas por cargos.
- Después de esto se hace el primer filtro, una primera preselección de personal
- Se programa una prueba técnica
- Se programa una prueba psicotécnica
- Por último se realiza una entrevista
- Después de la entrevista se realiza un chequeo médico general, para evaluar las condiciones físicas del aspirante.
- Después de la selección del personal se realiza una capacitación específica de las funciones que debe realizar el individuo, se le hace conocer el reglamento de la empresa, se realizan las respectivas afiliaciones al sistema de seguridad social.

Las actividades operativas están definidas por la logística de la empresa:

- Lo primero es identificar los proveedores con los cuales se va a trabajar y las condiciones.
- si son compras en efectivo o a crédito, se realiza una negociación en busca de obtener descuentos
- Se definen tiempos de entrega con el objetivo de tener claro los ciclos de producción internos.
- Se define también el curso desde que se genera la orden de compra al proveedor, tiempo de entrega, entrega, recibo, facturación, la facturación de los proveedores si es de contado debe estar sujeta a la aprobación de la persona encargada del pedido y tiene un curso dentro del departamento de contabilidad, la facturación que sea a crédito entra a una programación de pagos la cual es definida entre contabilidad y cartera.

La facturación de la empresa está definida desde que el agente comercial de la empresa realiza un negocio con un cliente, esta tiene diferentes modalidades.

- Pagos con anticipos: se genera el pago de un porcentaje del negocio antes de comenzar la producción y otro porcentaje al momento de entregar la producción
- Pagos contra entrega: el pago se genera una vez se entrega la producción a satisfacción del cliente
- Pagos a crédito: se pacta con el cliente que el pago se realiza un tiempo después de entregada la mercancía, generalmente son a 30 o a 60 días.

El manejo financiero y contable es uno de los pulmones más importantes de cualquier compañía, porque es la carta de presentación de la empresa ante los proveedores, bancos, entes gubernamentales como la DIAN, industria y comercio, etc.

Toda la información de la facturación tanto de proveedores como clientes es manejada por medio de un software contable, el registro lo realiza un auxiliar contable, el cual es revisado por un contador quincenalmente. Los impuestos son pagados cada dos meses IVA y retención en la fuente, cada año se realiza la declaración de renta, las utilidades serán repartidas anualmente entre los socios, en caso de arrojar pérdidas en el ejercicio se concertará si se realiza una recapitalización o si se pierde sobre el valor generado.

7. ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

CYS JEANS S.A.S

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

- Costos de los trámites y certificaciones: \$500.000
- Tiempo de los trámites y certificaciones: 8 días hábiles

TRAMITES	ENTIDAD	VALOR	TIEMPO
Consulta de nombre	Cámara de comercio	0	20 minutos
Minuta	notaria	\$115.000	2 horas
Registro de constitución de la empresa	notaria	\$126.000	1 hora
El pago del impuesto de registro sobre la escritura	oficina de Rentas Departamentales	\$30.000	2 horas
formulario Matricula mercantil	Cámara de comercio	\$1900	1 día

presentar documentación	ventanilla de la Cámara de Comercio	0	3 días
certificado de matrícula	Cámara de comercio	\$1.056.000	
Existencia y representación legal, inscripción de documentos	Cámara de comercio	\$3.700	2días
Inscripción ante la DIAN	DIAN	0	1 día
Inscripción industria y comercio	Cámara de comercio	10000	1 día
Licencia de avisos y tableros	municipio de Medellín	0	1 día
Certificados especiales	Cámara de comercio	\$3.700	30 minutos
Registro de libros de comercio	Cámara de comercio	\$30.000 2 libros	2 días
Nit	DIAN	0	1 días

Rut	DIAN	0	1 días
Licencia de funcionamiento	plantación municipal	0	20 días
Autorización de la numeración para las facturas	Cámara de comercio	0	1 día
Firma digitalizada	Cámara de comercio	0	Validez 15 días
TOTAL		\$1 '376.300	35 días

8. ASPECTOS FINANCIEROS

Recursos propios :

Sergio Gomez

Capital : 100.000.000

Fecha : 20 septiembre 2011

9. CONSIDERACIONES FINALES

Comente si se alcanzaron los objetivos del estudio; es decir, concluya, sustentando las afirmaciones con los resultados encontrados, si el proyecto es viable desde el punto de vista comercial, técnico, legal, organizacional y financiero. Desde su punto de vista diga si se debe o no ejecutar el proyecto.

Explique cuáles son las principales estrategias que se deben poner en práctica para iniciar y proyectar el negocio.

Finalmente describa cualquier consideración especial, en cualquier aspecto: comercial, técnico, organizacional, legal o financiero, que será necesario tener en cuenta al momento de ejecutar o poner en marcha el proyecto

conclusiones

- Durante la realización del proyecto CYS JEANS S.A.S se pudieron agrupar una serie de conocimientos recopilados durante el periodo de estudio, se pusieron a prueba y se llegó a la conclusión de que tan influyente puede llegar a ser en nuestra vida laboral, puesto que es un proyecto que se quiere llevar a cabo posteriormente con los integrantes del equipo, complementándolo con los estudios futuros.
- En el proceso de elaboración, se tuvieron ciertas falencias para encontrar la información necesaria, puesto que la mayoría de la investigación se hizo en el internet, contando con el apoyo del docente se pudo llevar a cabo y complementándolo con fuentes externas a la universidad, y gracias a la perseverancia y empeño de los estudiantes se pudo llevar a su finalidad.

