



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES
TECNOLOGÍA EN COMERCIO INTERNACIONAL

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA
PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE VESTIDOS
CON CONTROL**

**INFORME DE TRABAJO FINAL PARA OPTAR AL GRADO DE TECNÓLOGO
EN COMERCIO INTERNACIONAL**

LUCIA RUEDA MAZO

ESTEFANIA ALVAREZ HURTADO

KATHERINE RODRIGUEZ CASTRO

PROFESOR:

ALEJANDRA MARIN BETANCUR

AÑO

2016

AGRADECIMIENTOS

Primero que todo le quiero agradecer a Dios por brindarme la oportunidad de estudiar y así crecer profesionalmente. Gracias a mi familia por apoyarme y ayudarme con mi estudio, por facilitarme las cosas para que yo pueda salir adelante. Gracias a Katherine y Estefanía por ser unos buenos compañeros y ser tan responsables en el trabajo. Por ultimo muchas gracias a la profesora por sus enseñanzas, por ayudarnos a formar la tesis de una forma adecuada y sobre todo muchas gracias por su paciencia.

LUCIA RUEDA MAZO

Quiero agradecer a Dios que me ha dado la oportunidad de donde estoy en estos momentos, que me dio la oportunidad de estar estudiando y formándome, también le quiero agradecer a mi familia que siempre ha estado conmigo este tiempo, que me apoyaron siempre que los necesité para llevar a cabo mis estudio, a la profesora Alejandra Marin que gracias a ella pudimos concluir este

Proyecto y por asesorarnos hasta el punto de culminarlo de la mejor forma.

STEFANIA ALVAREZ HURTADO

Quiero agradecer a mis padres y a mi familia por todo el apoyo que me han brindado en todo este proceso, por darme la oportunidad de cumplir mis sueños y mis proyectos en cada momento; a mis compañeros por su esfuerzo y su dedicación en este trabajo y el empeño y constancia que siempre mostraron, además la profesora Alejandra por brindarnos su conocimiento y ayudarnos en el proceso de este proyecto.

KATERINE RODRIGUEZ

INDICE

Contenido

AGRADECIMIENTOS	2
INDICE	3
INTRODUCCION	5
CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA	6
1.1 Nombre De La Empresa Y Marca.....	6
1.2 Tipo de Empresa	8
1.3 Descripción de la Empresa.....	8
1.4 Visión Y Misión De La Empresa	10
1.4.1 Misión	10
1.4.2 Visión.....	10
1.5 Relación Productos y/o Servicios.....	10
1.6 Ventajas Competitivas	11
1.7 Tramites y Costos.....	11
CAPITULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR	13
2.1 Entorno.....	13
2.2 Sector o Industria	14
CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO	16
3.1 Objetivos de Mercado	16
3.2 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios	17
3.3 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios	17
3.4 Cuantificación de los Clientes Potencial de Bienes y/o Servicios	18
3.5 Mercado Competidor	19
3.6 Mercado Distribuidor.....	20
CAPITULO IV. ANÁLISIS COMERCIO INTERNACIONAL	22
4.1 Tratados Comerciales.....	22
4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios	22
4.3 Requisitos y Vistos Buenos.....	22
4.4 Participación en Ferias Especializadas.....	23
4.5 Rutas de Acceso	23
CAPITULO V. ANÁLISIS TÉCNICO	24

5.1	Descripción del proceso de producción	24
5.2	Capacidad de producción	25
5.3	Recursos materiales y humanos para la producción.....	25
5.3.1	Locaciones	25
5.4	Recursos materiales y humanos para la producción.....	26
5.4.1	Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.	26
5.4.2	Requerimientos de materiales e insumos.	27
5.4.3	Requerimientos de servicios.	28
5.4.4	Requerimientos de personal.	28
CAPITULO VI. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO		31
6.1	Estructura Organizacional del Negocio	31
6.1.1	Organigrama Estructura Organizacional.....	31
6.1.2	Organigrama Estructura personal.....	31
6.2	Costos Estructura Organizacional del Negocio.....	33
CAPITULO VII. ANÁLISIS LEGAL		35
7.1	Tipo de Organización empresarial	35
7.2.	Certificaciones y gestiones ante entidades públicas.....	36
CAPITULO VIII. ANÁLISIS FINANCIERO		37
8.1.	Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad	37
8.2.	Aportes de Capital de los Socios.....	37
8.3	Créditos y Préstamos Bancarios.....	37
8.4	Precios de los Productos	41
8.4.1	Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos.....	41
8.4.2	Los Precios de los productos tomando como base los Costos	41
8.5	Ingresos y Egresos	41
8.5.1	Ingresos Propios del Negocio	41
8.5.3	Estado de Perdida y Ganancias	41
8.5.4	Estados Financieros Proyectados y Analisis de Sensibilidad.....	45
8.5.4.1	Análisis De Sensibilidad	45
8.5.4.2	Estado De Perdida De Guanacias Proyectado.....	45
8.5.4.3	Flujo De Caja Proyectado	46
CONCLUSIONES.....		50
BIBLIOGRAFÍA.....		51

INTRODUCCION

Se presenta el proyecto basado en un estudio de pre factibilidad para la producción, comercialización y exportación de vestidos con faja o control interno, constituyendo principalmente la marca y empresa **WOMEN'S SECRET**, en 8 capítulos distribuidos de manera organizacional iniciando con la información general de la organización, seguido de un análisis del entorno y del sector en Colombia. Luego se encuentra el análisis del mercado donde se aprecia a donde se va llegar, es a partir de éste estudio que se encuentra el mercado meta internacional y el mercado competidor.

Más adelante el análisis del comercio internacional, donde se examina el país elegido para la negociación y previa exportación, sus acuerdos, requisitos entre otras, posterior a esto se observa el análisis técnico donde se describe el proceso y plan de producción, también se observa el análisis administrativo donde se describe la estructura organizacional como tal y sus componentes.

Posteriormente un análisis legal donde se encuentran documentos, certificaciones y permisos necesarios para la correcta constitución y buen funcionamiento de la empresa. Por último el capítulo con más relevancia para el proyecto, análisis financiero donde se encuentra agrupados, costos, gastos, inversiones y proyección financiera que dan como conclusión una viabilidad para proyecto definiendo que tan rentable puede llegar a ser.

CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

1.1 Nombre De La Empresa Y Marca

Women's Secret S.A.S

El nombre de la empresa no está registrado en Cámara de Comercio como se muestra a continuación en la figura 1, esta concierne a la búsqueda realizada en la página y así se puede concluir que puede ser usado y registrado legalmente como sociedad S.A (Sociedad Anónima).

FIGURA 1. REGISTRO UNICO EMPRESARIAL Y SOCIAL.

Contáctenos ¿Qué es el RUES? Cámaras de Comercio

RUES Registro Unico Empresarial y Social
Cámaras de Comercio

Confecámaras
Red de Cámaras de Comercio

Inicio Consultas Veedurias Servicios Virtuales Acceso privado

➤ Realice aquí su consulta empresarial o social

Consulte si una empresa o persona natural está inscrita en el registro mercantil de las cámaras de comercio del país. Escoja el criterio que se ajuste a sus necesidades.

Razón Social Nombre Razón Social Palabra Clave Número de Identificación Matrícula Mercantil Registro Nacional de Turismo

Los resultados de la consulta por nombre siempre se mostrarán en orden alfabético, y retorna todos aquellos comerciantes cuya razón social o sigla inicie con las palabras ingresadas.
Instrucciones adicionales para la consulta de Homonimia y Condiciones de Uso

Razón social: **Consultar**

Advertencia:
La consulta por Nombre no ha retornado resultados

RM - Registro Mercantil **RUP** - Registro Unico de Proponentes **ESAL** - Entidad Sin Animo de Lucro **RNT** - Registro Nacional de Turismo

CONFECAMARAS - Gerencia Registro Único Empresarial y Social Av. Calle 26 # 57-41 Torre 7 Of. 1501 Bogotá, Colombia

Fuente: rues.org.co Registro Unico Empresarial y Social Camaras de Comercio.

Women's Secret sera la marca propia de la empresa la cual hace referencia a todo tipo de mujeres que demandan de una prenda como esta, la cual llevara un secreto que les permita lucir siempre bellas.

1.2 Tipo de Empresa

La empresa **WOMEN'S SECRET S.A.** será constituida jurídicamente ante la Cámara de Comercio de la ciudad de Medellín como una sociedad anónima (S.A.) puesto que al estar establecida de esta forma se cuentan con grandes ventajas ante otro tipo de sociedades como son:

- La constitución de la empresa por una o varias personas.
- Los pequeños empresarios tiene la posibilidad de escoger las normas societarias más convenientes.
- Estructura flexible para el capital que se va invertir.

Por naturaleza todos los socios tendrán el mismo aporte en acciones como la ley lo refleja, además de que se facilitara la creación de esta, ya que se puede crear mediante un documento privado, lo cual ahorra a la empresa tiempo y dinero.

1.3 Descripción de la Empresa

Women's Secret S.A tendrá como objeto la producción, comercialización y exportación de vestidos femeninos, esta empresa comercial hace parte del sector textil, confección y moda, los vestidos cuentan con una versatilidad en los diseños y de esta forma permiten presentar un valor agregado muy importante, puesto que cuentan con una faja interna moldeadora, que con su uso frecuente lograra reducir tallas y a la vez moldear el cuerpo de quienes lo usen. La estrategia de la empresa es llegar a las mujeres Estadounidenses que no se sienten satisfechas con su cuerpo, pero que quieren sentirse bellas y a la vez cómodas, de esta manera se ira logrando preferencia por nuestro producto con sus beneficios que son diferentes a los de un vestido común y corriente, por esta razón la organización se enfoca en atraer a las mujeres con precio y calidad para ser competitivos en el mercado objetivo que en este caso sería la ciudad de New York en los Estados Unidos.

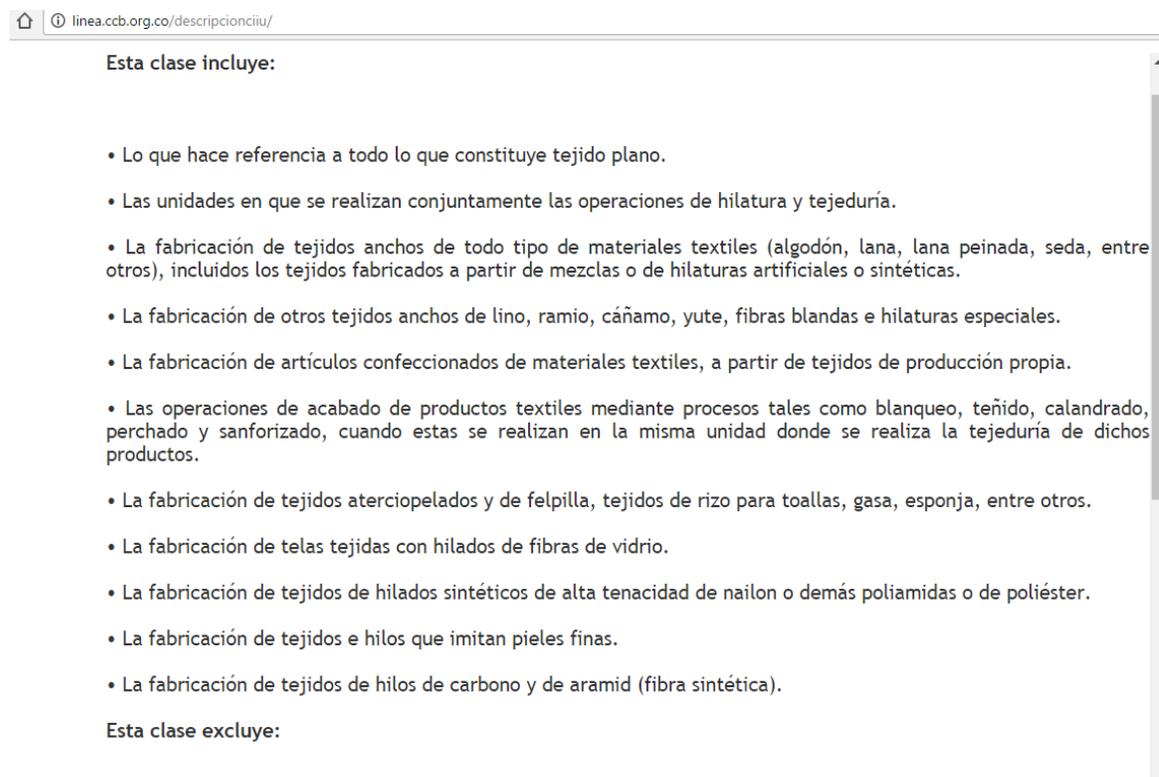
La ubicación se escogerá estratégicamente en el sector del centro (el hueco) ya que es un lugar muy central y asequible para cualquier persona de la ciudad, además es un punto trascendental para el sector, en este punto estará situada la empresa que tendrá una división entre producción y comercialización con la respectiva bodega de despacho.

Ahora bien, en cuanto al tamaño de la empresa se va desempeñar en el rango de pequeñas empresas con miras a futuro de llegar a ser una grande empresa que anualmente incremente su nivel de ventas y que pueda ser reconocida a nivel nacional e internacional.

El código con el cual se identificara la organización será el código CIUU 1312 el cual hace referencia a la tejeduría de productos textiles, tejido plano, fabricación de tejidos anchos de todo tipo de materiales textiles.

A continuación se muestra en la figura 2 la descripción del código CIUU.

FIGURA 2. CODIGO CIUU



linea.ccb.org.co/descripcionciuu/

Esta clase incluye:

- Lo que hace referencia a todo lo que constituye tejido plano.
- Las unidades en que se realizan conjuntamente las operaciones de hilatura y tejeduría.
- La fabricación de tejidos anchos de todo tipo de materiales textiles (algodón, lana, lana peinada, seda, entre otros), incluidos los tejidos fabricados a partir de mezclas o de hilaturas artificiales o sintéticas.
- La fabricación de otros tejidos anchos de lino, ramio, cáñamo, yute, fibras blandas e hilaturas especiales.
- La fabricación de artículos confeccionados de materiales textiles, a partir de tejidos de producción propia.
- Las operaciones de acabado de productos textiles mediante procesos tales como blanqueo, teñido, calandrado, perchado y sanforizado, cuando estas se realizan en la misma unidad donde se realiza la tejeduría de dichos productos.
- La fabricación de tejidos aterciopelados y de felpilla, tejidos de rizo para toallas, gasa, esponja, entre otros.
- La fabricación de telas tejidas con hilados de fibras de vidrio.
- La fabricación de tejidos de hilados sintéticos de alta tenacidad de nailon o demás poliamidas o de poliéster.
- La fabricación de tejidos e hilos que imitan pieles finas.
- La fabricación de tejidos de hilos de carbono y de aramid (fibra sintética).

Esta clase excluye:

Fuente: linea.ccb.org.co Descripción Código CIUU.

1.4 Visión Y Misión De La Empresa

1.4.1 Misión

WOMAN SECRET S.A es una empresa dedicada a la confección y comercialización de vestidos para dama con faja interna, que bajo políticas de diseño y fácil acceso busca crecer y permanecer en el mercado nacional e internacional, mediante la constante investigación y actualización de los procesos productivos y estratégicos para la venta de los mismos, siendo así cada vez más eficaces en todos los procesos dirigido a la satisfacción de nuestra razón de ser “EL CLIENTE “.

1.4.2 Visión

En el año 2021 ser reconocidos a nivel internacional, incrementando día a día el portafolio de productos siendo innovadores y que de esta forma haya un mayor cubrimiento para los gustos de las mujeres. Diferenciándonos también en tecnología, maquinaria, y materias primas de alta calidad, mano de obra calificada y una gran directriz administrativa.

1.5 Relación Productos y/o Servicios

WOMEN’S SECRET S.A.S no solo se distingue por sus diferentes diseños exclusivos sino también porque es el único vestido que cuenta con faja interna para moldear el cuerpo y hacer ver más esbelta la figura de la mujer al mismo tiempo brindándole comodidad. También contamos con garantía de tres meses en los cuales se cubrirán los daños que sufra la prenda como descocidos, rotos o desteñidos.

Adicionalmente el grado de competitividad de la empresa se incrementa considerablemente ya que al incursionar en nuevos mercados con las exigencias de los clientes obliga a ser competitivos.

1.6 Ventajas Competitivas

¿Por qué elegir WOMEN'S SECRET frente a las otras marcas de ropa femenina?

WOMEN'S SECRET cuenta con un alto grado de innovación en sus diseños. Ya que esta marca trabaja en la innovación y actualización de moda día a día.

Nuestra compañía tiene como objetivo principal que nuestros clientes sientan la confianza y fiabilidad de que los vestidos que están comprando son de buena calidad y tendrán mucho tiempo de posturas, además de eso no es un vestido común y corriente, porque este ayudara a moldear la figura sin necesidad de cirugías, nuestras clientas se sentirán cómodas y bellas al mismo tiempo.

1.7 Tramites y Costos

WOMEN'S SECRET será constituida como una empresa S.A.S. con un capital de \$15'000.000 de pesos, y al ser constituida como sociedad S.A.S. debe contar con un procedimiento de registros y algunos de estos registros o documentos tiene un costo. En Colombia el monto para el registro de la empresa lo determina cada uno de los socios y el valor a pagar por el registro depende del valor registrado y este valor corresponde al 0.7% del valor del capital suscrito, según lo menciona el artículo de la revista Mprende de Agosto de 2015. Para los registros que se van a relacionar en la tabla siguiente, no deben ir todavía costos de contadores o abogados, ya que la cámara de comercio de la facilidad y el apoyo necesario para el registro de la empresa. 22 La mayoría de los trámites se puede realizar de forma virtual pero posteriormente se requiere la firma de validación de uno de los socios.

PROCESO	COSTO
CONSULTA DEL NOMBRE DE LA EMPRESA	\$ -
SOLICITUD DEL RUT	\$ -
AUTENTICACION NOTARIA, 3 SOCIOS	\$ 10.350,00
REGISTRO CAMARA Y COMERCIO	\$ 420.000,00
DERECHOS DE INSCRIPCION	\$ 32.000,00
FORMULARIO DE REGISTRO	\$ 4.000,00
APERTURA DE CUENTA BANCARIA	\$ -
MATRICULA, PRIMER AÑO	\$ -
CERTIFICADOS DE EXITENCIA Y REPRESENTACION LEGAL	\$ 8.600,00
INSCRIPCION DE LIBROS	\$ 10.300,00
TRAMITES ANTE LA DIAN	\$ -
BOMBEROS	\$ -

Fuente: ¿Cuánto cuesta crear una empresa en Colombia? (12 agosto 2015)

CAPITULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR

2.1 Entorno

Colombia actualmente es considerado uno de los principales exportadores de ropa de control (para moldear y conservar la figura) y asi mismo es reconocido por la fabricacion de dichas prendas, de buena calidad y a buenos precios.

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, entre enero y abril se exportaron 9,6 millones de dólares en fajas, con un aumento de 26,3 por ciento en comparación con el mismo periodo del 2012. El crecimiento es consistente con el del 27 por ciento que tuvo la ropa de control durante el primer año del TLC con Estados Unidos.

Es evidente entonces que se presentan condiciones positivas para el excelente desarrollo de la idea de negocio con el país de Estados Unidos, siendo consolidado como el principal destino de exportación de este tipo de productos y además se dice que en el mercado americano los productos colombianos gustaron y han entrado fuertemente con innovación y uso de alta tecnología , por esta razón pueden ser mucho más competitivos a la hora de competir en dicho mercado comercial , se evidencia también una elevada demanda de consumidores principalmente mujeres, por lucir una figura estilizada y unas curvas marcadas.

Por otro lado al ser Colombia un epicentro de cirugía plástica se ha fortalecido la industria estética, impulsando la producción de este tipo de prendas en efecto conlleva a una mayor demanda y así se generara más confianza en el ámbito comercial en países altamente importadores de este tipo de productos como lo es Estados Unidos.

Cabe mencionar que el objetivo de este proyecto es New York, el cual es consolidado como uno de los más importantes distritos de comercio de Estados Unidos, este tiene un significativo centro de ventas al detal para el área textil. Por su cultura se presentan variedad de ferias especializadas para este sector y también principales show rooms para esta industria.

Ahora bien, un punto con el cual se ve beneficiado el proyecto al hacer presencia comercial en New York es el arancel ya que con el TLC entre Colombia y Estados

Unidos, estos productos se encuentran libres de pago de aranceles para ingresar a dicho país.

En consecuencia de la alta competencia se pueden ver escasos los insumos y es una situación que se ha presentado, por esto se ve afectada la producción de la mercancía y a su vez la distribución o el despacho hacia el exterior, también la escasez de mano de obra calificada puede ser escenarios que afecten el perfecto desarrollo del proyecto. Sin embargo, se pueden ver oportunidades de mejora para que este tipo de inconvenientes no se presenten, se toman anticipos para los despachos y a su vez ventaja en los insumos o materias primas para la confección de los vestidos con control interno.

2.2 Sector o Industria

El sector textil confección ha jugado un papel muy importante en el desarrollo industrial-manufacturero de la economía colombiana a lo largo de la historia. En los inicios de los años setenta se convirtió en el principal sector industrial de la economía colombiana, representando cerca del 3,5% de la producción nacional (Bancolombia ,2010). Es por ello que este es un sector con amplias perspectivas de crecimiento, especialmente en el área de las exportaciones ya que Colombia cuenta con 13 tratados de libre comercio, pero Dentro de estos acuerdos comerciales, el más relevante actualmente es con Estados Unidos, ya que el TLC con este país representa una gran oportunidad para el sector, Muchos productos de la cadena que pasaron de tener un porcentaje de arancel a tener cero arancel, además en las prendas de vestir, los beneficios arancelarios se obtienen cumpliendo con un reglamento para dicho sector sobre origen de las mercancías. Sin embargo este sector se ha hecho conocer por medio de ferias como lo son Colombia moda (confección y moda) Colombia tex (sector textil) Cali expo show, plataforma k (Bogotá), que aportan al sector textil las bases necesarias para la exhibición de todo el potencial y talento colombiano, en estas ferias queda demostrado la calidad, variedad e innovación con la cual trabajan los colombianos para los empresarios de todo el mundo que consideran a Colombia como un referente de moda.

Cabe resaltar que dentro del sector textil-confección se hace muy evidente la generación de empleo, con una participación media del total de puestos de trabajo del sector manufacturero de 17.3%.

Aunque se ha visto afectado por las crecientes importaciones de productos chinos con precios muy competitivos, y esta podría ser una amenaza relativamente grande ya que las tendencias de moda cambian rápidamente y las empresas se ven obligadas a ofrecer una relación calidad- precio mejor que la competencia.

Resulta oportuno mencionar que la gran competencia entre las empresas del sector, favorece un mercado libre sin monopolios ni oligopolios. Esto beneficia mucho a los compradores, ya que las empresas fijarán los precios por la ley de la oferta y la demanda, e intentarán mejorar la relación calidad-precio.(<http://trabajoempresa2.blogspot.com.co/2012/12/fuerzas-competitivas-del-sector-textil.html>)

Dado lo anterior diferentes entidades gubernamentales como Bancoldex han realizado esfuerzos con el fin de promover la competitividad del sector y han implementado varias estrategias para las micro, pequeñas y medianas empresas para disminuir sus costos de financiación y tener mayor flexibilidad de negociar las condiciones de pago de sus exportaciones.

Otro tema que busca apoyar a los empresarios del sector textil tiene que ver con un anuncio de Bancóldex de favorecer el crecimiento de las exportaciones del sector textil a través de una línea de crédito en dólares, dirigida a la financiación de mipymes exportadora; con esta línea de crédito las empresas pueden tener ventajas tales como: disminuir sus costos de financiación y tener mayor flexibilidad al negociar las condiciones de pago de sus exportaciones, prefinanciación y financiación de las ventas al exterior, además de que las empresas podrán sustituir a dólares sus deudas vigentes en pesos, entre otros beneficios.(<http://www.dinero.com/empresas/articulo/el-gobierno-anuncia-ayudas-para-el-sector-textil/226185>)

(<http://www.inviertaencolombia.com.co/sectores/manufacturas.html>)

CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO

3.1 Objetivos de Mercado

. Objetivos a corto plazo

- poner al menos dos referencias de nuestros vestidos en varias tiendas de marcas importantes de ropa femenina en new york
- realizar diferentes tipos de publicidad importante (comerciales de radio, de televisión, pancartas con buena ubicación) donde el cliente pueda reconocer nuestra marca y elegirnos
- Comenzar a ser reconocidos en gran parte de New york como las “faja vestidos” más exclusivos, de mejor diseño y calidad.

. Objetivos a mediano plazo

- que nuestros vestidos estén en las grandes cadenas de ropa de esta ciudad
- aumentar las referencias en el catálogo de vestidos
- incrementar en un 70% más las ventas
- ser el principal proveedor para algunos almacenes de ropa femenina en NY

. Objetivos a largo plazo

- ser reconocidos en Colombia como la marca líder de vestidos con ropa control para así ir abriendo más mercado en los estados unidos
- Realizar convenios o alianzas con las diferentes empresas confeccionadoras de centro América
- seguir aumentando la variedad en referencias e ir añadiendo más estilos de prendas con faja interna al catalogo

3.2 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

La ropa de control es cada vez más buscada por los consumidores en todo el mundo, pero mercados como el de Estados Unidos y Alemania están concentrando la mayor parte de la demanda en los últimos meses ya que se están convirtiendo en una alternativa por ser más económica y menos dolorosa a las cirugías estética, en efecto la empresa WOMEN'S SECRET fabrica prendas innovadoras con fajas internas moldeadoras y son producidas con insumos de muy buena calidad, es por ello que se hace aún más fácil incursionar en los mercados exigentes.

El mercado meta elegido entre Europa y EEUU fue estados unidos y aunque es muy cierto que estados unidos es un reto para cualquier exportador hay que tener presente que este se ha convertido en una gran oportunidad para los colombianos debido al tratado de libre comercio ya que según Procolombia las exportaciones de ropa control crecieron un 28.3%, ocupando así el décimo puesto en país exportador de ropa control a los estados unidos, además este país es destacado por su heterogeneidad y por su diversidad de mercados, adicionando que muchas de sus ciudades tienen una gran población latina

Con referencia a lo anterior las exportaciones de la empresa WOMEN'S SECRET serán dirigidas a new york. Esta Ciudad es el principal distrito de comercio de los EEUU y posee un importante centro de venta al detal para el área textil, además realiza ferias especializadas para dicho sector y show rooms relevantes para la industria de las confecciones con la presencia de representantes y agentes importantes ya que a través de ellos se tiene ingreso a las boutiques especializadas.

3.3 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios

Con poblaciones y comunidades cada día más diversas, sería arriesgado para la empresa Women`s Secret ofrecer los mismos diseños comerciales a tan distintos consumidores, es por esta razón que dicha empresa cuenta con gran diversidad de diseños y tallajes, para mujeres entre los 25 y 38 años que quieran ajustar más sus curvas y dar una apariencia de que redujeron esas molestas medidas. Estas deben de tener preferiblemente un ingreso de un salario mínimo, y sin importar el estrato o el nivel de estudios que tenga podrán adquirir las prendas ya que estas estas son para todo tipo de mujer

Las prendas se estarán comercializando en la parte de Broadway en tiendas de los centros comerciales o la calle donde se comercialicen diversas prendas de vestir de diferentes marcas, allí se podrá vivir una experiencia de compra más íntima donde al consumidor podrá observar cada detalle del producto; algunas prendas serán a precios muy asequibles por lo que el pago tendrá que ser de contado pero también se realizarán ventas por el catálogo al por mayor y al detal, donde se dará la facilidad de pagar a crédito.

Es oportuno mencionar que en NY hay una diversa composición racial, como lo son los melanesios, nativos (americanos), mestizos, asiáticos, hispanos, negros y otras razas, además también cuenta con las diferentes estaciones durante el año, los hollydays y los momentos casuales (que lo vivimos día a día) para las cuales siempre van a ver diseños diferentes, acoplándose también a las costumbres que lleve cada persona, algo que será muy común en NY por la población tan diversa que hay.

3.4 Cuantificación de los Clientes Potencial de Bienes y/o Servicios

En **New York** existe una cantidad inmensa de **inmigrantes**, alrededor de 20.000 españoles habitan la isla junto a muchos otros inmigrantes provenientes de América latina (mexicanos, argentinos, dominicanos y panameños).

En la ciudad el 24,2% de la población tiene menos de 18 años, el 10,0% tiene de 18 a 24 años, el 32,9% tiene de 25 a 44, el 21,2% de 45 a 64, y el 11,7% son mayores de 65 años. La edad media es de 34 años. Por cada 100 mujeres hay 90 hombres. Por cada 100 mujeres mayores de 18 años hay 85,9 hombres.

POBLACIÓN: 313,2 millones de habitantes (0,97 hombres por cada mujer).

ESTRUCTURA DE EDAD DE LA POBLACIÓN: 0-14 años: 20,1% (hombres 32,1 millones/ mujeres 30,8 millones) 15-64 años: 66,8% (hombres 104,4 millones/mujeres 104,8 millones) Más de 65: 13,1% (hombres 17,7 millones/ mujeres 23,4 millones)

TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL: 0,963%

EDAD PROMEDIO: Hombres: 35,6 años Mujeres: 38,2 años

ESPERANZA DE VIDA: Hombres: 75,9 años Mujeres: 80,9 años

ESCOLARIDAD: se sugiere secundaria y estudios superiores, pero no es de gran importancia

CLASE SOCIAL: Media y alta

BENEFICIOS: CALIDAD Y COMODIDAD

ESTADO CIVIL: SOLTERA O CASADA

INGRESOS: Salario mínimo

Según la información anterior podemos notar que puede haber mucha variabilidad gustos por las diferentes culturas y creencias, pero precisamente esta es una de nuestras metas, llegar a satisfacer la mayoría de los gustos brindando variabilidad en diseños, tallajes y telas.

3.5 Mercado Competidor

La ropa control es uno de los productos con el cual los colombianos están haciendo la diferencia en el mercado internacional, por lo tanto esto tiene un sin número de competidores, unos que ya incursionaron y tienen varios años en el mercado estadounidense y otros que apenas lo están comenzando a hacer, sin embargo solo se mencionara los competidores más fuertes para la empresa women`s secret, Estos competidores son:

1- Leonisa:

<http://www.leonisa.com/col/?gclid=COKCv5e16s4CFZNZhgodXRACYg>

Leonisa se encuentra presente en América Latina y Estados Unidos como la primera marca de ropa íntima femenina, con centros de distribución en 17 países. Esta marca ofrece distintos canales de moda, los cuales se adaptan a las preferencias de cada persona, ya que esta no solo cuenta con una línea de ropa control sino que también produce todo tipo de ropa interior e incluso ropa casual, su portafolio de referencias es muy amplio, anexando que las ventas de Leonisa se realizan por catálogo, y están dirigidas principalmente a las mujeres de estratos 3, 4, y 5 ya que este tipo de mujeres son las que buscan la comodidad y practicidad en sus prendas.

Esta marca tiene una gran fortaleza y es la gran variedad de diseños y de precios que maneja, estos oscilan entre los \$ 38.000 hasta los \$150.000 dependiendo de la tela, el diseño, y el resultado final que se quiera lograr al usarla, además de que participan en el reinado nacional de la belleza y hacen publicidad con las modelos más lindas y reconocidas del país, pero también tiene una debilidad y es la demora para adquirir los productos, por que como se mencionó anteriormente el fuerte de las ventas son las ventas por catálogo y el tiempo aproximado de llegada del pedido al consumidor final es de 1 mes.

2- Fajas lady:

<http://www.fajaslady.com/>

Lady confort Ltda. Es una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de prendas de control, ortopédicas y adelgazantes.

Esta empresa compite en el mercado con la estrategia de precios bajos, diseño y calidad, localización estratégica y servicio eficaz, además tiene sus productos en varios almacenes de la ciudad, y vende por catálogo, tiene un gran enfoque con respecto a las exportaciones y han logrado un nivel de exportaciones muy alto en los últimos años, con precios poco competitivos desde los \$70.000 hasta los \$200.000 ya que son relativamente altos a diferencia de otras marcas.

Una debilidad encontrada fue el nivel de endeudamiento alcanzado en los últimos años esto lastimosamente la está llevando a la caída de sus ventas, pero aun así siguen siendo una gran competencia para todas las empresas productoras de ropa control, ya que sus diseños marcan la diferencia entre tantas marcas existentes.

3.6 Mercado Distribuidor

La empresa WOMEN´S SECRET fomentara las ventas al por menor y al por mayor, permitiendo ofrecer nuevas propuestas a los consumidores. La estructura de ventas al detal o canal minorista.

Almacenes por departamento, Cadenas nacionales. Almacenes especializados Almacenes de descuento.

- TOTAL VENTAS AL DETAL Las tiendas por departamento, han perdido participación en el mercado frente a minoristas y han presenciado el crecimiento de los minoristas, que se diferencian por ofrecer prendas con un alto contenido de moda y diseño a precios moderados y de confeccionistas que venden sus marcas a través de canales no recomendados para tener éxito en el mercado estadounidense

Contar con personal en la empresa con un excelente nivel de inglés, que le permita tener una comunicación constante y armoniosa con su comprador, distribuidor, representante o contraparte en EE.UU. para evitar malentendidos y garantizar siempre una pronta respuesta.

Respuesta: la rapidez y efectividad con la que se le responda al cliente estadounidense es un factor clave para el éxito de nuestro negocio. La respuesta aplica para contestar correos electrónicos, llamadas, enviar muestras, envío de pedidos.

Seremos insistentes con el comprador generando confianza y demostrando interés por parte de la empresa colombiana.

La presencia en ferias especializadas es clave para la penetración de nichos especializados

Estar establecido en el mercado o contar con un socio estratégico local, para trabajar la distribución, reposiciones, garantías, seguimiento y cartera generando un diferencial.

CAPITULO IV. ANÁLISIS COMERCIO INTERNACIONAL

4.1 Tratados Comerciales

Tratado de libre comercio entre Colombia y EEUU

El TLC (Tratado de Libre Comercio) es un acuerdo que se firma entre Colombia y Estados Unidos, donde se plantean libertades de comercialización entre los dos lados dando protección a sus producciones primordiales o los factores económicos fuertes de comercialización en cada país.

Según el ministerio de industria y turismo el TLC es muy importante para Colombia por las siguientes razones:

Permite a los empresarios colombianos colocar sus productos en condiciones preferenciales permanentes en el mercado más grande del mundo: EE.UU. tiene cerca de 314 millones de consumidores, un producto interno superior a los USD 15 billones, y un PIB per cápita de USD 49.802 dólares. (Datos de 2012)

Porque EE.UU. es el principal socio comercial de Colombia y el incremento del comercio bilateral generará más empleo y mayores ingresos.

Países similares al nuestro, como Chile, México, Perú y los centroamericanos, ya han firmado tratados con EE.UU.

Porque debemos buscar que cada vez más productos colombianos tengan acceso permanente y sin barreras a mercados de países industrializados como Estados Unidos, lo que generará más empleo y bienestar a la población, además este beneficia a los consumidores colombianos y estadounidenses, porque les garantiza una mayor oferta de productos, a mejores precios, a los empresarios y exportadores de los dos países, porque, por un lado, podrán vender más productos sin pagar los impuestos de entrada que antes se exigían, y por el otro, podrán comprar maquinaria no producida en el país y/o materias primas sin pagar arancel, lo que les permitirá ser más competitivos”

4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios

Siendo el país de origen Colombia, se puede definir dicha posición arancelaria 6104.19.90.00

4.3 Requisitos y Vistos Buenos

Todos los productos textiles exportados hacia Estados Unidos, deben cumplir con requerimientos de estampado, etiquetado, contenido, entre otros, establecidos en la TEXTILE FIBER PRODUCTS IDENTIFICACION ACT, la cual rige y contiene toda la normatividad referente a la importación de estos productos.

Algunos requisitos son:

- Los nombres genéricos y porcentajes en peso de las fibras que constituyen el textil deben ser listados en la etiqueta. Aquellos componentes inferiores al 5% deben ser listados como otras fibras.
- El nombre del fabricante o el nombre o identificación de requisito emitido por la FEDERAL TRADE COMMISSION.
- El nombre del país donde el textil fue fabricado.

4.4 Participación en Ferias Especializadas

En Estados Unidos se celebran diferentes ferias especializadas y también se realizan Show Rooms distinguidos en la industria de confecciones, al igual que en la ciudad de Medellín, a las cuales también habrá asistencia por parte de WOMEN'S SECRET.

Las ferias son:

NEW YORK

- Curveny New York

COLOMBIA

- Colombia moda
- Fashion week

Estas ferias se asistirá durante el primer años de la empresa con el fin de dar a conocer la empresa como tal y sus diseños, los siguientes años se ira incursionando en diferentes ferias del país.

(http://www.procolombia.co/sites/default/files/cartilla_prendas_de_vestir_0.pdf)

4.5 Rutas de Acceso

Colombia, Medellín – EEUU, new york

- **Marítimo:** Sale la carga de Medellín en transporte terrestre hacia el puerto de Cartagena, y del el puerto de Cartagena zarparía hacia el puerto de New york.
- **Aéreo:** Sale la carga desde el aeropuerto José María córdoba hacia el aeropuerto el Dorado-Bogotá, del aeropuerto el Dorado parte hacia el John F Kennedy en new york.
- El transporte terrestre y férreo no aplicaría para esta exportación.

CAPITULO V. ANÁLISIS TÉCNICO

5.1 Descripción del proceso de producción

PROCESOS	REQUERIMIENTOS
1. Creación del diseño	Diseñadora, imágenes.
2. Molde manual o trazos	Reglas, tijeras, metro o por medio del programa y se manda a imprimir.
3. Corte de la muestra	Papel kraf , tela seleccionada , tijeras profesionales para dicha actividad,
4. Confección de la muestra	Se le envía a una confeccionista especializada en muestras : máquinas de coser
5. Aprobación de la muestra	Una modelo se la pone y como le quede se les hace las correcciones o se aprueba para la producción
6. Trazo de la producción	Diseñadora, siempre el trazo seria sistemático
7. Se extiende la tela de la producción	Se necesitó de dos personas, Cortadora de extremos, el trazo, cinta, alfiler.
8. Se realiza el corte de cada pieza de la prenda	Maquina cortadora, tiquete adora, guante de corte.
9. Confección	Máquinas de coser de todo tipo (filete adora, recubridora, plana etc.), hilos, nylon, instrucción de lavado, tallaje.
10. Terminación	Plastifechas, etiqueta, pulidora bolsas del tamaño de la prenda , cinta transparente delgada , placa, botones ,cierres etc. insumos que la prenda necesite

Después de realizados estos procesos el producto ya terminado ingresa a la bodega (cadena de distribución) para ya ser enviado al cliente.

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN:



5.2 Capacidad de producción

Para la producción de vestidos con control interno se requiere se materias primas o insumos tales como, telas, hilos, botones, cremalleras. Para su elaboración se requiere de maquinaria especializada en tejido y además de esto otros elementos que ayudan al correcto desarrollo de la fabricación.

Producto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Total	2400	2600	2850	2900	3100	3180	3300	3300	3350	3420	3500	3500	3520	3600	3600

5.3 Recursos materiales y humanos para la producción

5.3.1 Locaciones

Para la iniciación de la empresa (proyecto), se arrendara un local en el cual estará situada la planta de producción. El local cuenta con dos baños para el servicio de los trabajadores,

allí se adecuara la planta y la oficina, contando con máquinas de tejido, pulidoras, maquinas cortadoras, zunchadoras, mesas, sillas,



Fuente: Elaboración propia

5.4 Recursos materiales y humanos para la producción

5.4.1 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

MAQUINARIA, EQUIPOS				
MAQUINA	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	PROVEEDOR
maquina cortadora	2	1.500.000	3.000.000	maquinas antioqueñas
maquina circular extremo	2	1.100.000	2.200.000	maquinas antioqueñas
tiquete adora tela	1	500.000	500.000	maquinas antioqueñas
Zabras	2	4.500.000	9.000.000	maquinas antioqueñas
Sunchadora	2	2.000.000	4.000.000	maquinas antioqueñas
mesa para corte	1	1.800.000	1.800.000	maquinas antioqueñas
software de diseño	1	2.000.000	2.000.000	proyectos web

Kit de empaque y etiquetado	1	70.000	70.000	maquinas antioqueñas
pulidoras	10	20.000	200.000	maquinas antioqueñas
impresora código de barras	1	210.000	210.000	papelería
plancha vapor industria	1	500.000	500.000	maquinas antioqueñas
plana posicionadora	1	1.000.000	1.000.000	maquinas antioqueñas
plana coser y cortar	1	700.000	700.000	maquinas antioqueñas
totales		15.900.000	25.180.000	

MUEBLES Y ENSERES ADMINISTRACION			
NOMBRE	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Escritorio	3	700.000	2.100.000
<i>Impresora (fotocopiadora)</i>	<i>1</i>	<i>210.000</i>	<i>210.000</i>
Computadores	2	1.200.000	2.400.000
Teléfono	2	80.000	160.000
Extintores	2	80.000	160.000
Sillas para escritorio	3	45.000	135.000
Estantería de bodega	Varios	2.000.000	2.000.000
Muebles		700.000	700.000
TOTAL			5.015.000
7.865.000			

SUMINISTROS DE OFICINA			
NOMBRE	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Papelería	15	30.000	60.000
Suministros de oficina	15	35.000	65.000
Suministros de cafetería y aseo	10	40.000	85.000
TOTAL			105.000
210.000			

Los suministros de oficina se adquieren con un proveedor llamado “el punto”

5.4.2 Requerimientos de materiales e insumos.

MATERIALES E INSUMOS			
INUSMO	DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO
Telas	Poliester, viscosa	30 rollos	2.000.000
Entretelas	Se utilizan para dar más firmeza a la prenda	15 rollos	750

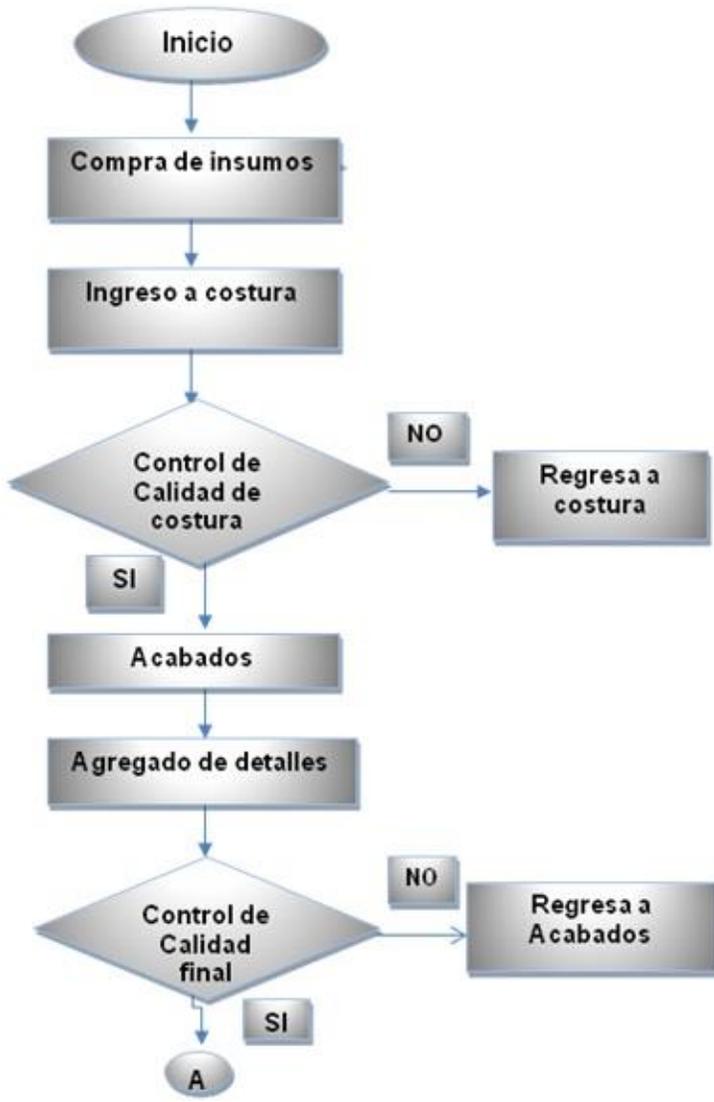
Hilo	Diferentes tipos de hilo, según el diseño de la prenda	70 rollos grandes	620.000
Resorte encaje	Encajes en la prenda	paquete	90.000
Cintas marquillas	Los indicadores de la prenda	paquete	100.000
Botones	Para decoración o ajustado	paquete	86.000
Cierres	Varios usos, decoración o ajuste	2 rollos	150.000
Insumos para el decorado o bordado	Para la decoración de la prenda	varios	170.000
Broches	Es un botón de presión	paquete	150.000
TOTAL			3.366.750

5.4.3 Requerimientos de servicios.

SERVICIOS	
SERVICIO	PRECIO MENSUAL
Servicios públicos	300.000
Arriendo	1.500.000
Seguros	1.200.000
Servicios une (internet, teléfono)	100.000
Publicidad	1.000.000
Servicio de mantenimiento	560.000
Mensajería	170.000
Transporte	250.000
Vigilancia	750.000
TOTAL	4.030.000

5.4.4 Requerimientos de personal.

PERSONAL ADMINISTRATIVO	
Diseñadora	1.600.000
Bodeguero	1.000.000
Contador	1.100.000
Jefe de producción	1.200.000
Contabilidad y cartera	1.500.000
Secretaria	670.000
TOTAL	7.070.000



SALARIO BÁSICO E INCENTIVOS.

- Recargo nocturno
- Auxilio de transporte
- Seguridad social (EPS, ARP).
- Parafiscales (caja c, Sena, icbf)
- Prestaciones sociales (cesantías, intereses, prima)
- Uniformes y vestuario (3 veces al año)
- Pagos extralegales.

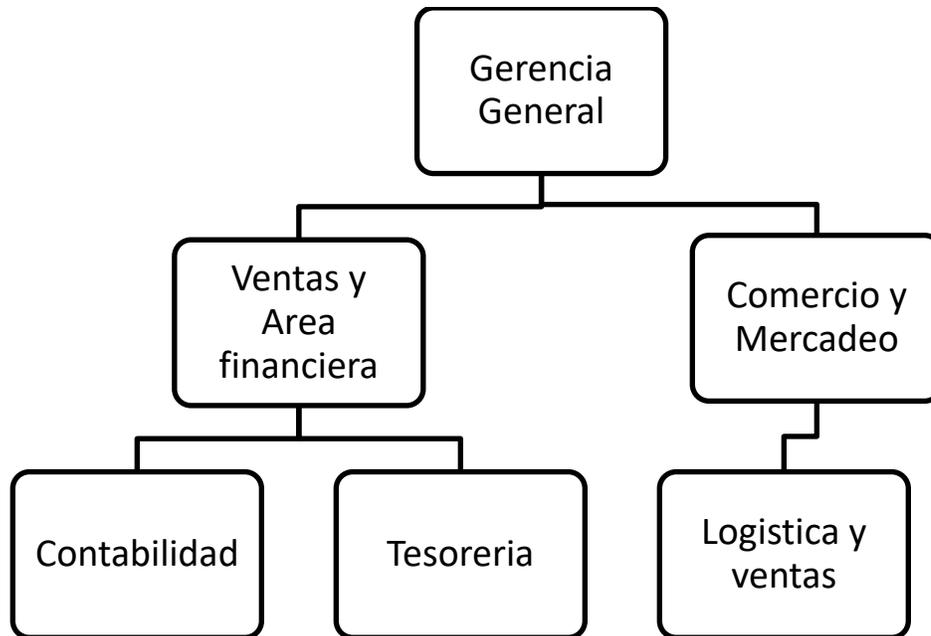
Cargo	Cantidad	Valor salario	Carga prestacional	Valor total
DISEÑADORA	1	1.600.000	595.000	2.195.000
BODEGUERO	1	1.000.000	400.222	1.400.222
CORTADOR	1	1.100.000	400.222	1.500.222
JEFE DE PRODUCCION	1	1.200.000	500,952	1.700.952
CONTABILIDAD Y CARTERA	1	1.500.000	580,330	2.080.330
SECRETARIA	1	670.000	262,403	932.403
TOTAL		7.070.000	2.739.129	9.809.129

CAPITULO VI. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

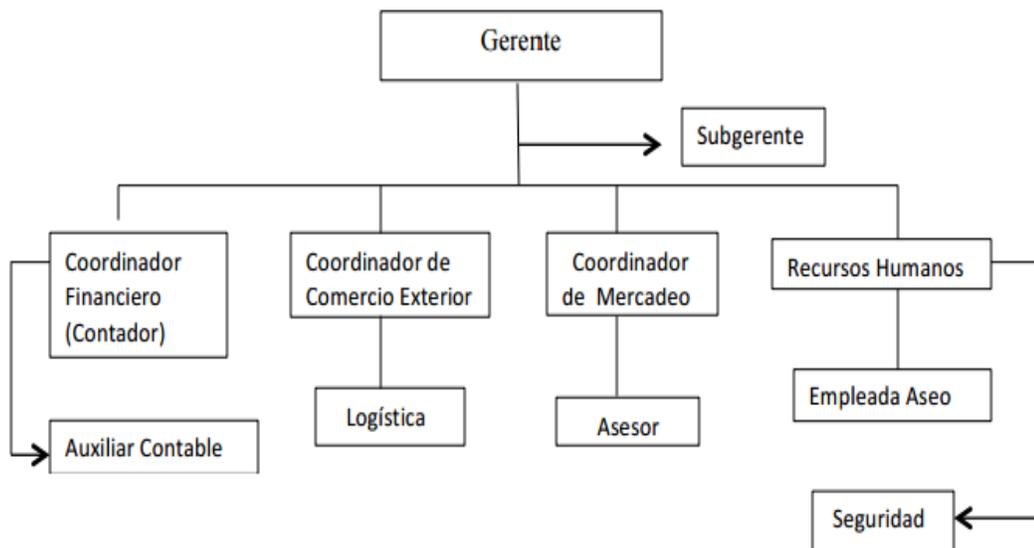
6.1 Estructura Organizacional del Negocio

6.1.1 Organigrama Estructura Organizacional

La estructura organizacional se encuentra constituida como se muestra en el siguiente grafico



6.1.2 Organigrama Estructura personal

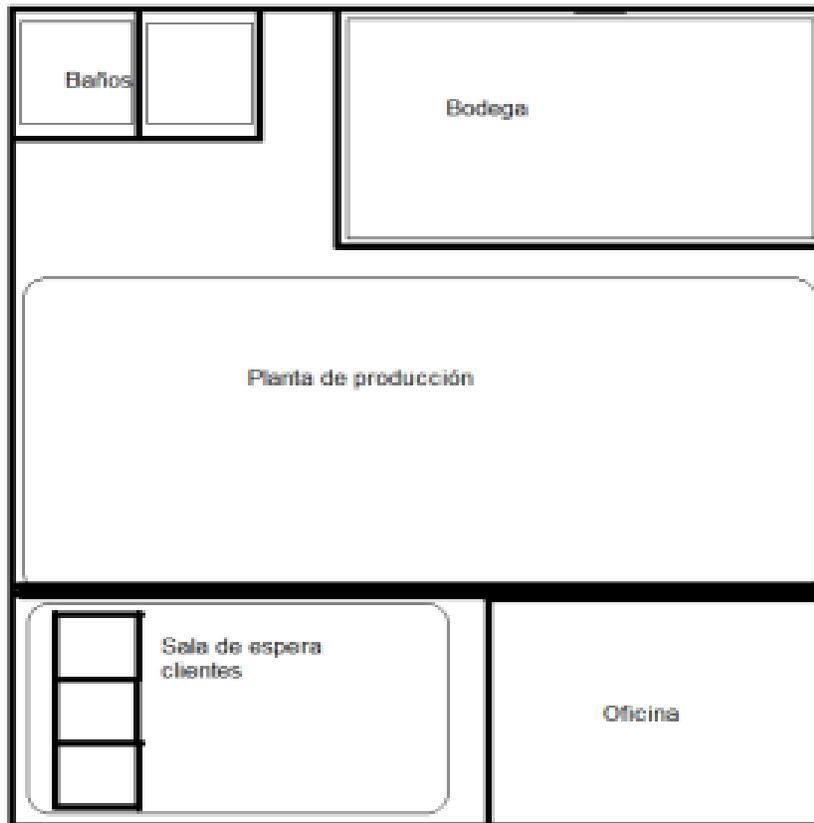


Areas	Funciones	Procesos	Responsabilidades
Gerencia General	<p>- Sera el Representante Legal de la organizacion y tendra a su cargo la direccion y administracion de los negocios.</p> <p>- Como responsable del trabajo de las personas que integran la organizaci3n o su unidad, el gerente tiene autoridad para contratar, adiestrar, motivar y retroalimentar a los trabajadores, adem3s de conciliar las necesidades individuales de sus subordinados con las de la organizaci3n.</p>	<p>Planear, proponer, aprobar, dirigir, coordinar y controlar las actividades administrativas, comerciales, operativas y financieras de la Empresa, as3 como resolver los asuntos que requieran su intervenci3n.</p>	<p>Revisar que se cumplan con los principios Administrativos y contables de aceptaci3n general.</p>
Ventas	<p>-Seleccionar al proveedor o proveedores mas adelante, que brinden un menor costo, mejor calidad y buen cumplimiento.</p> <p>-Claridad del tiempo para la realizaci3n de las compras de los productos y articulos necesarios para la empresa.</p> <p>-Generar una buena relaci3n con el proveedor para un</p>	<p>-Conctar al cliente y ofrecer el producto.</p> <p>- Incentivar las ventas a trav3s de las herramientas de marketing disponibles para la comunicaci3n (publicidad, relaciones p3blicas, promociones, eventos)</p>	<p>-Hacer seguimiento de la entrega al cliente para que sean procesos efectivos, brindando excelente servicio y calidad</p>

	mejor rendimiento en los procesos de compras.		
--	---	--	--

6.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio

Para la iniciación de la empresa (proyecto), se arrendara un local en el cual estará situada la planta de producción. El local cuenta con dos baños para el servicio de los trabajadores, allí se adecuara la planta y la oficina, contando con máquinas de tejido, pulidoras, maquinas cortadoras, zunchadoras, mesas, sillas,



Fuente: Elaboración propia

GERENCIA

Insumo	Cantidad	Tipo de inversión
Equipo portátil	2	Inicial
Teléfono	2	Inicial
Escritorio	2	Inicial
Silla	2	Inicial

FINANZAS

Insumo	Cantidad	Tipo de inversión
Equipo portátil	2	Inicial
Teléfono	2	Inicial
Escritorio	2	Inicial
Silla	2	Inicial

MERCADEO

Insumo	Cantidad	Tipo de inversión
Equipo portátil	2	Inicial
Teléfono	2	Inicial

MUEBLES Y ENSERES ADMINISTRACION			
NOMBRE	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Escritorio	3	700.000	2.100.000
<i>Impresora (fotocopiadora)</i>	<i>1</i>	<i>210.000</i>	<i>210.000</i>
Computadores	2	1.200.000	2.400.000
Teléfono	2	80.000	160.000
Extintores	2	80.000	160.000
Sillas para escritorio	3	45.000	135.000
Estantería de bodega	Varios	2.000.000	2.000.000
Muebles		700.000	700.000

MATERIALES E INSUMOS			
INUSMO	DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO
Telas	Poliester, viscosa	30 rollos	2.000.000
Entretelas	Se utilizan para dar más firmeza a la prenda	15 rollos	750
Hilo	Diferentes tipos de hilo, según el diseño de la prenda	70 rollos grandes	620.000
Resorte encaje	Encajes en la prenda	paquete	90.000
Cintas marquillas	Los indicadores de la prenda	paquete	100.000
Botones	Para decoración o ajustado	paquete	86.000
Cierres	Varios usos, decoración o ajuste	2 rollos	150.000
Insumos para el decorado o bordado	Para la decoración de la prenda	varios	170.000
Broches	Es un botón de presión	paquete	150.000
TOTAL			3.366.750

CAPITULO VII. ANÁLISIS LEGAL

7.1 Tipo de Organización empresarial

La organización será constituida como una Sociedad Anónima ya que será una organización de tipo capitalista, con la participación de varios socios y de carácter mercantil cuyo capital está dividido en acciones que pueden ser transmitidas libremente

VENTAJAS DE ESTA SOCIEDAD

- Los accionistas no tienen responsabilidad personal por las deudas o daños a terceros. Los acreedores de una sociedad anónima tienen derecho sobre los Bienes de la Sociedad anónima, no sobre los bienes de los accionistas. El dinero que los accionistas arriesgan o pueden perder al invertir en una sociedad anónima se limita a la cantidad invertida.

- Facilidad de acumulación de capital o riqueza. La propiedad de una sociedad anónima está representada en acciones que son transferibles.

- Negociabilidad de las acciones. Las acciones pueden ser vendidas de un accionista a otro sin disolver la organización empresarial, las grandes sociedades anónimas pueden ser compradas o vendidas por inversionistas en mercados, tales como la bolsa de valores de Lima. La vida de la Sociedad es por tiempo indefinido. Una sociedad anónima es una persona jurídica con experiencia ilimitada.

- Administración profesional. Los accionistas, eligen una junta directiva y gerencia que se encarga de administrar todos los negocios de la compañía.

7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

TRAMITES	DESCRIPCION	COSTO	TIEMPO
Solicitud del certificado de denominación social	Es una certificación acreditativa de que el nombre elegido para la empresa no coincide con el de otra existente	\$0	1 Día
Apertura de cuenta bancaria	Se debe abrir una cuenta a nombre de la empresa. Ingresando el capital mínimo de la empresa	\$0	1 Día
Redacción de estatutos y firma de escritura de constitución	Allí se debe firmar ante un notario la escritura de constitución de la sociedad	\$0	1 Día
Pre-rut	En la cámara de comercio se puede tramitar el pre-rut antes de proceder al registro	\$0	1 Día
Inscripción del registro mercantil	En la cámara de comercio se llevara a cabo un estudio de legalidad de los estatutos	\$5100	3 Días
Emisión del RUT	Con el certificado bancario se debe de tramitar en la DIAN el RUT definitivo	\$0	1 Día
Rut	Se debe de llevar el rut definitivo aportado por la DIAN a la cámara de comercio para que en el certificado de existencia y representación legal de la compañía, ya no figure como provisional	\$0	1 Día
Solicitud inscripción de libros de cámara de comercio	Se debe solicitar la inscripción de libros en la cámara de comercio; estos serán el libro de actas y el libro de accionistas. La falta de registro de los libros acarrea la pérdida de los beneficios tributarios	\$0	2 Días
Registro seguridad social	Se debe de registrar la empresa en el sistema de seguridad social, para poder contratar empleados	\$0	1 Día

CAPITULO VIII. ANÁLISIS FINANCIERO

8.1. Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad

- **Tasa de rentabilidad:** La tasa de rentabilidad esperada como inversionistas es del 15%, teniendo en cuenta que esta es la misma tasa de la industria, Se puede tener como base para que la empresa se puede acercar a esta misma tasa de crecimiento ya que va a estar en un mercado muy amplio y competitivo.
- **Impuesto sobre la renta y CREE:** Este impuesto tendrá como hecho generador la obtención de ingresos que sean susceptibles de incrementar el patrimonio de los sujetos pasivos en el año o periodo gravable. La tarifa del CREE se encuentra en un 9%. El impuesto sobre la renta está actualmente en el 25%, este es el impuesto con el que vamos a trabajar nosotros, el del 25% 25%

8.2. Aportes de Capital de los Socios

En la siguiente tabla podemos ver representados los aportes de los socios para la empresa.

Inversionistas	Aportes
Lucia Rueda Mazo	\$5'000.000
Katherine Rodríguez Castro	\$5'000.000
Estefanía	\$5'000.000

Fuente: Elaboración propia.

Estos aportes serán destinados para el registro de la marca, compra de maquinarias y equipos muebles y enseres, materia prima e inventario inicial, arriendo por adelantado y servicios públicos.

8.3 Créditos y Préstamos Bancarios

Tabla de Amortización del préstamo bancario inicial por parte del Fondo Emprender por un valor de \$30'000.0000 este préstamo se ha diferido a 60 meses, con una tasa de interés del 0.91%.La siguiente tabla de amortización resume los pagos a realizar y su respectivo monto, el préstamo se ha destinado al capital de trabajo.

Mes	Intereses a pagar	Abono a capital	Saldo Obligación
1	\$1,105,000.00	\$254,252.56	\$38,745,747.44
2	\$1,097,796.18	\$261,456.39	\$38,484,291.05
3	\$1,090,388.25	\$268,864.32	\$38,215,426.73
4	\$1,082,770.42	\$276,482.14	\$37,938,944.59
5	\$1,074,936.76	\$284,315.80	\$37,654,628.79
6	\$1,066,881.15	\$292,371.42	\$37,362,257.37
7	\$1,058,597.29	\$300,655.27	\$37,061,602.10
8	\$1,050,078.73	\$309,173.84	\$36,752,428.26
9	\$1,041,318.80	\$317,933.76	\$36,434,494.50
10	\$1,032,310.68	\$326,941.89	\$36,107,552.61
11	\$1,023,047.32	\$336,205.24	\$35,771,347.37
12	\$1,013,521.51	\$345,731.06	\$35,425,616.32
Totales para el año 1			
<p>Usted pagará \$16,311,030.77 por su obligación en el año 1 \$12,736,647.09 se irán a INTERESES \$3,574,383.68 se abonara a la OBLIGACIÓN</p>			
Mes	Intereses a pagar	Abono a capital	Saldo Obligación
13	\$1,003,725.80	\$355,526.77	\$35,070,089.55
14	\$993,652.54	\$365,600.03	\$34,704,489.52
15	\$983,293.87	\$375,958.69	\$34,328,530.82
16	\$972,641.71	\$386,610.86	\$33,941,919.97
17	\$961,687.73	\$397,564.83	\$33,544,355.13
18	\$950,423.40	\$408,829.17	\$33,135,525.97
19	\$938,839.90	\$420,412.66	\$32,715,113.30
20	\$926,928.21	\$432,324.35	\$32,282,788.95
21	\$914,679.02	\$444,573.54	\$31,838,215.41

22	\$902,082.77	\$457,169.79	\$31,381,045.61
23	\$889,129.63	\$470,122.94	\$30,910,922.67
24	\$875,809.48	\$483,443.09	\$30,427,479.58
Totales para el año 2			
<p>Usted pagará \$16,311,030.77 por su obligación en el año 2 \$11,312,894.04 se irán a INTERESES \$4,998,136.73 se abonara a la OBLIGACIÓN</p>			
Mes	Intereses a pagar	Abono a capital	Saldo Obligación
25	\$862,111.92	\$497,140.64	\$29,930,338.94
26	\$848,026.27	\$511,226.29	\$29,419,112.65
27	\$833,541.52	\$525,711.04	\$28,893,401.61
28	\$818,646.38	\$540,606.19	\$28,352,795.42
29	\$803,329.20	\$555,923.36	\$27,796,872.06
30	\$787,578.04	\$571,674.52	\$27,225,197.54
31	\$771,380.60	\$587,871.97	\$26,637,325.57
32	\$754,724.22	\$604,528.34	\$26,032,797.23
33	\$737,595.92	\$621,656.64	\$25,411,140.59
34	\$719,982.32	\$639,270.25	\$24,771,870.34
35	\$701,869.66	\$657,382.90	\$24,114,487.43
36	\$683,243.81	\$676,008.75	\$23,438,478.68
Totales para el año 3			
<p>Usted pagará \$16,311,030.77 por su obligación en el año 3 \$9,322,029.87 se irán a INTERESES \$6,989,000.90 se abonara a la OBLIGACIÓN</p>			
Mes	Intereses a pagar	Abono a capital	Saldo Obligación
37	\$664,090.23	\$695,162.34	\$22,743,316.34

38	\$644,393.96	\$714,858.60	\$22,028,457.74
39	\$624,139.64	\$735,112.93	\$21,293,344.81
40	\$603,311.44	\$755,941.13	\$20,537,403.69
41	\$581,893.10	\$777,359.46	\$19,760,044.23
42	\$559,867.92	\$799,384.64	\$18,960,659.58
43	\$537,218.69	\$822,033.88	\$18,138,625.71
44	\$513,927.73	\$845,324.84	\$17,293,300.87
45	\$489,976.86	\$869,275.71	\$16,424,025.16
46	\$465,347.38	\$893,905.18	\$15,530,119.98
47	\$440,020.07	\$919,232.50	\$14,610,887.48
48	\$413,975.15	\$945,277.42	\$13,665,610.06
Totales para el año 4			
	Usted pagará \$16,311,030.77 por su obligación en el año 4 \$6,538,162.15 se irán a INTERESES \$9,772,868.62 se abonara a la OBLIGACIÓN		
Mes	Intereses a pagar	Abono a capital	Saldo Obligación
49	\$387,192.29	\$972,060.28	\$12,693,549.78
50	\$359,650.58	\$999,601.99	\$11,693,947.79
51	\$331,328.52	\$1,027,924.04	\$10,666,023.75
52	\$302,204.01	\$1,057,048.56	\$9,608,975.19
53	\$272,254.30	\$1,086,998.27	\$8,521,976.92
54	\$241,456.01	\$1,117,796.55	\$7,404,180.37
55	\$209,785.11	\$1,149,467.45	\$6,254,712.92
56	\$177,216.87	\$1,182,035.70	\$5,072,677.22
57	\$143,725.85	\$1,215,526.71	\$3,857,150.51
58	\$109,285.93	\$1,249,966.63	\$2,607,183.88
59	\$73,870.21	\$1,285,382.35	\$1,321,801.52
60	\$37,451.04	\$1,321,801.52	\$-0.00

Total Ventas	
Precio Promedio	\$
Ventas	Unid.
Ventas	\$

65.000,0	68.250,0	71.662,5	75.245,6	79.007,9
3.000	3.150	3.308	3.473	3.647
195.000.000	214.987.500	237.023.719	261.318.650	288.103.812

8.4 Precios de los Productos

el precio del producto se fija teniendo en cuenta principalmente el costo de los productos de las empresas que se consideran como competencia, para poder identificar en que rango se puede vender el vestido, sin dejar de ser competitivos con los precios bajos, además la calidad fue muy importante para poder fijar el precio, ya se compite con los bajos precios y la calidad sin permitir que los competidores desprestigien nuestra marca

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

Teniendo en cuenta su costo de exportación en término de negociación DDP, Se lleva un valor promedio de la materia prima ya que puede sufrir variaciones.

También se tiene en cuenta el precio de la competencia directa, marcando la diferencia con precios más bajos y excelente calidad al ser un producto innovador y poco visto en el mercado da un valor agregado para la penetración al mercado y buena aceptación del mismo.

8.4.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

8.5 Ingresos y Egresos

8.5.1 Ingresos Propios del Negocio

Los ingresos propios de la empresa dependen únicamente de las ventas realizadas las cuales están estipuladas en los capítulos anteriores, indicando las ventas de cada mes y su crecimiento.

8.5.3 Estado de Perdida y Ganancias

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ESTADO DE RESULTADOS					
Ventas	180.740.000	199.265.850	219.690.600	242.208.886	267.035.297
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano	74.214.000	81.820.935	90.207.581	99.453.858	109.647.878

de Obra					
Depreciación	4.091.000	4.091.000	4.091.000	4.091.000	4.091.000
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	0	0	0	0	0
Utilidad Bruta	102.435.000	113.353.915	125.392.019	138.664.028	153.296.419
Gasto de Ventas	12.000.000	12.600.000	13.230.000	13.891.500	14.586.075
Gastos de Administración	75.000.000	78.750.000	82.687.500	86.821.875	91.162.969
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	0
Utilidad Operativa	11.435.000	18.003.915	25.474.519	33.950.653	47.547.375
Otros ingresos					
Intereses	5.959.383	10.726.890	8.343.137	5.959.383	3.575.630
Otros ingresos y egresos	-5.959.383	-10.726.890	-8.343.137	-5.959.383	-3.575.630
Utilidad antes de impuestos	5.475.617	7.277.025	17.131.382	27.991.270	43.971.745
Impuestos (35%)	1.806.954	2.401.418	5.653.356	9.237.119	14.510.676
Utilidad Neta Final	3.668.663	4.875.607	11.478.026	18.754.151	29.461.069

8.5.3.2 Flujo de Caja y VPN

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA						
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		11.435.000	18.003.915	25.474.519	33.950.653	47.547.375
Depreciaciones		4.091.000	4.091.000	4.091.000	4.091.000	4.091.000

Amortización Gastos		4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	0
Agotamiento		0	0	0	0	0
Provisiones		0	0	0	0	0
Impuestos		0	- 1.806.954	- 2.401.418	- 5.653.356	- 9.237.119
Neto Flujo de Caja Operativo		19.526.000	24.287.961	31.164.100	36.388.297	42.401.256
Flujo de Caja Inversión						
Variación Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Variación Inv. Materias Primas e insumos ³		0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. En Proceso		0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. Terminados		0	0	0	0	0
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Otros Activos		0	0	0	0	0
Variación Cuentas por Pagar		0	0	0	0	0
Variación Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos		0	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	0	0	0	0	0	0
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0	0
Inversión en	0	0	0	0	0	0

Construcciones						
Inversión en Maquinaria y Equipo	- 25.180.000	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	- 7.865.000	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	0	0	0	0	0	0
Inversión en Semovientes	0	0	0	0	0	0
Inversión Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	- 33.045.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	- 33.045.000	0	0	0	0	0
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Fondo Emprender	0					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	39.000.000	39.000.000	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		- 7.800.000	- 15.600.000	- 15.600.000	- 15.600.000	- 15.600.000
Intereses Pagados		- 5.959.383	- 10.726.890	- 8.343.137	- 5.959.383	- 3.575.630
Dividendos Pagados		0	0	0	0	0

Capital	15.000.00 0	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	54.000.00 0	25.240.61 7	- 26.326.89 0	- 23.943.13 7	- 21.559.38 3	- 19.175.63 0
Neto Periodo	20.955.00 0	44.766.61 7	- 2.038.928	7.220.964	14.828.91 4	23.225.62 6
Saldo anterior		4.955.000	49.721.61 7	47.682.68 8	54.903.65 2	69.732.56 6
Saldo siguiente	20.955.00 0	49.721.61 7	47.682.68 8	54.903.65 2	69.732.56 6	92.958.19 2

8.5.4 Estados Financieros Proyectados y Analisis de Sensibilidad

8.5.4.1 Análisis De Sensibilidad

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	15%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	44,99%
VAN (Valor actual neto)	50.058.028
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	1,66
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses	3 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)	72,22%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	0 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	24 mes

8.5.4.2 Estado De Perdida De Guanacias Proyectado

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ESTADO DE RESULTADOS					

Ventas	195.000.000	214.987.500	237.023.719	261.318.650	288.103.812
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	85.500.000	94.263.750	103.925.784	114.578.177	126.322.440
Depreciación	4.091.000	4.091.000	4.091.000	4.091.000	4.091.000
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	0	0	0	0	0
Utilidad Bruta	105.409.000	116.632.750	129.006.934	142.649.473	157.690.371
Gasto de Ventas	12.000.000	12.600.000	13.230.000	13.891.500	14.586.075
Gastos de Administración	75.000.000	78.750.000	82.687.500	86.821.875	91.162.969
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	0
Utilidad Operativa	14.409.000	21.282.750	29.089.434	37.936.098	51.941.327
Otros ingresos					
Intereses	5.959.383	4.767.507	3.575.630	2.383.753	1.191.877
Otros ingresos y egresos	-5.959.383	-4.767.507	-3.575.630	-2.383.753	-1.191.877
Utilidad antes de impuestos	8.449.617	16.515.243	25.513.804	35.552.344	50.749.451
Impuestos (35%)	2.788.374	5.450.030	8.419.555	11.732.274	16.747.319
Utilidad Neta Final	5.661.243	11.065.213	17.094.249	23.820.071	34.002.132

8.5.4.3 Flujo De Caja Proyectado

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA						
Flujo de Caja Operativo						

Utilidad Operacional		14.409.000	21.282.750	29.089.434	37.936.098	51.941.327
Depreciaciones		4.091.000	4.091.000	4.091.000	4.091.000	4.091.000
Amortización Gastos		4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	0
Agotamiento		0	0	0	0	0
Provisiones		0	0	0	0	0
Impuestos		0	- 2.788.374	- 5.450.030	- 8.419.555	- 11.732.274
Neto Flujo de Caja Operativo		22.500.000	26.585.376	31.730.404	37.607.542	44.300.054
Flujo de Caja Inversión						
Variación Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Variación Inv. Materias Primas e insumos³		0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. En Proceso		0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. Terminados		0	0	0	0	0
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Otros Activos		0	0	0	0	0
Variación Cuentas por Pagar		0	0	0	0	0
Variación Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos		0	0	0	0	0
Variación del Capital	0	0	0	0	0	0

de Trabajo						
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	0	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	- 25.180.000	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	- 7.865.000	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	0	0	0	0	0	0
Inversión en Semovientes	0	0	0	0	0	0
Inversión Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	- 33.045.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	- 33.045.000	0	0	0	0	0
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Fondo Emprender	0					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	39.000.000	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		- 7.800.000				

Intereses Pagados		- 5.959.38 3	- 4.767.50 7	- 3.575.63 0	- 2.383.75 3	- 1.191.87 7
Dividendos Pagados		0	0	0	0	0
Capital	15.000.0 00	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	54.000.0 00	- 13.759.3 83	- 12.567.5 07	- 11.375.6 30	- 10.183.7 53	- 8.991.87 7
Neto Periodo	20.955.0 00	8.740.61 7	14.017.8 70	20.354.7 74	27.423.7 89	35.308.1 77
Saldo anterior		4.955.00 0	13.695.6 17	27.713.4 87	48.068.2 61	75.492.0 50
Saldo siguiente	20.955.0 00	13.695.6 17	27.713.4 87	48.068.2 61	75.492.0 50	110.800. 227

CONCLUSIONES

- Es una empresa que a futuro puede significar mucho para su entorno y que puede ser muy bien acogida por las mujeres, lo que la convierte en una empresa rentable y atractiva para la inversión.
- La empresa cuenta con gran talento humano que junto puede llevar adelante la empresa, pero es necesario también ir estructurando poco a poco la empresa de acuerdo a sus necesidades y de acuerdo a cómo reaccione con el mercado, está claro que tiene todos los recursos humanos suficientes para comenzar, pero podría resultar que a futuro no va a ser suficiente.
- No sabemos a qué nos debemos enfrentar en un futuro, conocemos que esta industria está en constante crecimiento, pero este crecimiento hace que la industria sea llamativa para inversionistas, lo que podría traer más competidores para nosotros que nos debiliten de alguna manera las ventas previstas.
- Debemos ir siempre un paso más adelante que la competencia para así obtener nuevos clientes y junto con esto mejores resultados que nos obliguen a innovar y a expandirnos ya sea aquí en el territorio nacional e internacionalmente

BIBLIOGRAFÍA

(s.f.). Obtenido de <http://trabajoempresa2.blogspot.com.co/2012/12/fuerzas-competitivas-del-sector-textil.html>.

(s.f.). Obtenido de <http://www.inviertaencolombia.com.co/sectores/manufacturas.html>.

<http://www.dinero.com/empresas/articulo/el-gobierno-anuncia-ayudas-para-el-sector-textil/226185>. (s.f.).

http://www.procolombia.co/sites/default/files/cartilla_prendas_de_vestir_0.pdf. (s.f.).