
COMERCIALIZACIÓN DE BISUTERIA Y ACCESORIOS FEMENINOS

ACCESORIOS CHLOË
ANTIOQUIA
JUNIO 2008

**COMERCIALIZACIÓN DE BISUTERIA
Plan de Negocios**

**Accesorios Chloè
ANTIOQUIA
Medellín, Junio, 2008**

COMERCIALIZACIÓN DE BISUTERIA
Contenido plan- Plan de Negocio

RESUMEN EJECUTIVO

1. INFORMACION SOBRE LOS INTEGRANTES

2. PROPOSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

3. INFORMACION 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
- 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 Directa
 - 4.6.3 Manejo de Inventarios

4.6.4 Comunicación

4.6.5 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 Política de Precios

4.8 Riesgos y Oportunidades del mercado

4.9 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 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5 Programa de producción

6 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

6.1.2 Descripción de los procesos administrativos

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 servicios.

6.3.4 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.

8.2.2 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 Fuentes y uso de efectivo

8.5 Capital de trabajo

8.6 Evaluación financiera del proyecto

8.6.1 Valor Presente Neto

8.6.2 Tasa Interna de Retorno

8.6.3 Indicadores Financieros proyectados

8.6.4 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

9. CONSIDERACIONES FINALES

10. ANEXOS

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

RESUMEN EJECUTIVO

Accesorios Chloé es un proyecto de vida y de emprendimiento empresarial el cual cuenta con todo el respaldo de las investigaciones realizadas en el plan de negocios. El proyecto es altamente rentable con posibilidades de expansión local, nacional e internacional.

Sus creadoras tienen los conocimientos requeridos del negocio, de los productos y del mercado al cual se quiere entrar. También hay una gran oportunidad de generar un punto de venta en el mercado europeo ya que las propietarias cuentan con posibilidades de establecerse en el extranjero, actualmente hay un proyecto de viaje a Francia lo cual permitirá realizar a largo plazo un estudio para ser exportadores directos a la Unión Europea y en un futuro abrir un punto de venta en este país. Por esto es un negocio atractivo para sus inversores, de acuerdo a las investigaciones del mercado, análisis financieros, legales administrativos y de producción es un proyecto que requiere alta inyección de capital para generar más utilidades.

Accesorios Chloé ofrecerá tres líneas de bisutería (línea de platería, línea de cristalería y línea artesanal) y accesorios para dama (bolsos, carteras y agendas) a un público de alto poder adquisitivo y exigente en busca de exclusividad e innovación. Inicialmente se pretende atender a este público en un punto de venta de un centro comercial reconocido en la ciudad de Medellín. Nuestra competencia está muy establecida en el mercado pero contamos con diferenciación en productos y en servicio, ofreciendo los tres tipos de estilos en un solo lugar que está ambientado de forma llamativa e innovadora para hacer sentir a gusto a toda clase de consumidor.

La empresa es una sociedad limitada y cumple con todos los requerimientos legales. Es una organización adhocrática y se encuentra estructurada por las áreas administrativas de contabilidad, logística y área comercial; el área de producción es externalizada.

Se requiere una inversión inicial de \$ 25.031.539, de la cual 20 millones serán financiados por un préstamo de la corporación Actuar Fami empresas y el resto será aporte de los socios. Los ingresos proyectados se obtuvieron gracias al estudio de mercado y la proyección de la demanda; los ingresos proyectados para el periodo de evaluación (semestre) son de \$ 72.327.900 y los costos fijos y de producción son de \$21.731.879 y \$38.137.280 respectivamente. La tasa interna de retorno esperada es de 61.49%.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

TATYANA GARCÍA MONTOYA				
Identificación:	1037577980	Teléfono	3137521	Celular: 3006563332
		:		
Dirección:	Cra. 48 No 12 sur 161 apto 424		Barrio:	Aguacatala
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	tatysgm@hotmail.com	
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	X	Universitarios
Otros Estudios:	Ingles			

NATALY GARRIDO MURILLO				
Identificación:	1017157834	Teléfono	2502430	Celular: 3174008714
		:		
Dirección:	Cra 78 No 45 A -55 apto 201		Barrio:	Velódromo
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	natygm17@hotmail.com	
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	X	Universitarios
Otros Estudios:				

KATHERINE VILLA CANO				
Identificación:	1017156758	Teléfono	4221738	Celular: 3148647964
		:		
Dirección:	Calle 65 C No 91-103		Barrio:	Robledo
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	kthycano@hotmail.com	
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	X	Universitarios
Otros Estudios:				

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

La razón por la cual se escogió desarrollar este proyecto es principalmente con el ánimo de presentar el trabajo de práctica del último semestre y cumplir con todos los requisitos de grados. Este proyecto es realizable y alcanzable como meta personal y profesional para la creación de empresa aprovechando la oportunidad de mercado logrando así una independencia económica y profesional aplicable a todos los conocimientos obtenidos durante la carrera.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.11 Nombre de la Empresa

ACCESORIOS CHLOÈ

3.12 Descripción de la Empresa

Chloè se dedicara a la comercialización de bisutería y accesorios para dama, nos distinguimos por la introducción de nuevos productos para un publico objetivo exclusivo de alto poder adquisitivo, con productos innovadores como lo son accesorios en yute y acrílico. Además de la diferenciación del punto de venta y un estilo innovador, colorido, lleno de imágenes y estilos.

SECTOR Y ACTIVIDAD AL QUE PERTENECE

SECTOR: Joyería

ACTIVIDAD: Comercial

LOCALIZACION GEOGRAFICA: Medellín (Centro comercial San Diego)

TAMAÑO: Pyme

3.13 Misión de la Empresa

Misión

Somos una empresa colombiana dedicada a la comercialización de bisutería y accesorios para dama, producidos artesanalmente por mujeres cabeza de familia del Valle de Aburra y hechos de materiales propios de nuestra región; nuestros productos están dirigidos a la mujer contemporánea de alto poder adquisitivo que se quiere sentir a la moda imponiendo un estilo exclusivo e innovador.

Visión

En el año 2013 seremos una marca de bisutería y Accesorios femeninos con un alto reconocimiento a nivel departamental logrando incursionar en el mercado internacional, especialmente en el europeo para lograr llevar los estilos de nuestra cultura y región a la mujer europea en cada accesorio Chloè que luzca.

3.14 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

OBJETIVO PRINCIPAL

Estudiar la viabilidad (comercial, técnica, organizacional, legal, financiera) de la creación de una empresa comercializadora de productos de bisutería y accesorios femeninos elaborados por mujeres cabeza de familia del valle de aburra los cuales están dirigidos a mujeres entre 15 y 55 años de nivel socioeconómico medio alto y alto.

Específicos

Corto plazo

- Realizar el estudio de mercado y comercial para identificar la competencia, el mercado específico, los productos y estrategias de publicidad y promoción. (2 semanas)
- Investigar el tipo de competencia (2 semanas)
- Definir mercado proveedor (2 meses)
- Definir productos y sus características (6 meses)
- Estudiar el mercado técnico para la recolección de información que permitirá tomar las decisiones financieras en cuanto a producción, localización, insumos, proveedores distribución entre otros. (6 meses)
- Hacer el pertinente estudio legal para analizar la viabilidad legal de la empresa tanto en costos como en normatividad. (2 semanas)
- Realizar el estudio financiero con toda la información recolectada para tomar decisiones para la evaluación financiera del proyecto y ver si es viable y rentable. (6 meses)
- Determinar el monto de la inversión para el proyecto (6 meses)
- Realizar el flujo de caja (6 meses)
- Realizar el informe ejecutivo del plan de negocios (6 meses)

Mediano plazo

- Expandir nuestro recurso humano e infraestructura para así tener una mayor solidez que proporcione a la organización un sin número de alternativas para la introducción de los productos al mercado. (12 meses)

Largo plazo

- Tener un posicionamiento y reconocimiento como uno de los principales marcas de accesorios a nivel departamental, e ingresando al mercado latinoamericano y Europeo con exportaciones de nuestros productos. (2 años)

La responsabilidad del cumplimiento de todos los objetivos del negocio estarán a cargo de sus integrantes:

Tatyana García Montoya
Nataly Garrido Murillo
Katherine Villa Cano

RELACION DEL BIEN

El servicio consiste en la comercialización de accesorios para dama en un punto de venta, en el cual nuestros clientes pueden encontrar una gran variedad de productos en una misma empresa, logrando integrar en un solo sitio múltiples estilos, permitiendo que gran cantidad de mujeres con diversos estilos se sientan identificadas y logren satisfacer sus necesidades.

Estamos destinados inicialmente a la Comercialización local de accesorios femeninos

Nuestra finalidad es dar a conocer moda en forma de accesorios para dama a nivel nacional y a largo plazo internacional mientras sacamos una utilidad en el proceso.

Las bondades es el compromiso de la empresa con los clientes, el buen trato, la dedicación por hacer las cosas bien.

3.15 Ventajas Competitivas

Por el asesoramiento de nuestro grupo de trabajo y nuestros proveedores para buscar junto a ellos una disminución de costos de producción para así poder ser más competitivos tanto en el mercado local y en un futuro nacional e internacional, en precio y calidad. Accesorios Chloè se distingue en el mercado por la decoración de su punto

de venta con un estilo innovador, recargado con colores, temas e imágenes diferentes a la competencia, que se caracteriza por un estilo minimalista, el cual tienen poca decoración, colores y objetos; por medio de la decoración llamativa el local obtiene una mayor atracción del cliente. Chloé tiene diferenciación de producto con la inclusión de aretes en acrílico, bolsos en acrílico y yute.

3.16 Necesidad o problema que se quiere intervenir

El problema que se quiere atender es la necesidad de encontrar en un solo lugar como centros comerciales y zonas comerciales los diferentes estilos de bisutería con la cual la mujeres se sientan identificadas, con diseños exclusivos y productos innovadores. Maria Camila Mesa esta dirigida a la línea ejecutiva y a mujeres mayores ; Juliana Gutierrez a universitarias y Lime Blue a preadolescentes y adolescentes.

3.17 Relación de productos y/o servicios

Nuestros productos están directamente relacionados con la necesidad del mercado, es por eso que tenemos dentro de la bisutería las tres líneas básicas para atender los tres tipos de mercados a los cual estamos enfocados. La línea de cristalería esta dirigida a mujeres de 20 - 30 (universitarias); la línea artesanal (cuero, semillas, piedras) esta dirigida al grupo de niñas y adolescentes y la línea de platería a mujeres ejecutivas y de edad mas avanzada.

3.18 Justificación del Negocio

Este proyecto es importante para las personas las cuales tuvieron la iniciativa de realizarlo ya que es su proyecto de vida y de creación de empresa, aplicando sus conocimientos y generando emprendimiento, es su idea de trabajo de realización como profesionales para desarrollar empresa.

La oportunidad de mercado se presenta por la necesidad de querer satisfacer a la mujer de hoy en busca de perfeccionar su imagen proporcionándole productos diversos de bisutería y accesorios innovadores y exclusivos, implementando diferentes tipos de materiales para su elaboración, algunos extraídos de la naturaleza tales como semillas, cuero, piedras además de la línea de platería y murano con piedras semipreciosas, filigrana y cristalería.

3.19 Análisis del entorno

ENTORNO

Una amenaza futura de nuestro entorno es la firma del TLC con Estados Unidos y los productos de importación provenientes de China, son países vanguardistas en primer lugar en estilos y moda y potencias mundiales los cuales manejan los precios más bajos

del mercado y son la mayor amenaza externa para el proyecto de negocio. Otra amenaza externa es la creación de nuevos negocios o empresas de bisutería dirigidas a nuestro mismo público objetivo en el área local.

3.20 Conocimientos para entrar en el Negocio

Conocimientos requeridos

- Conocimiento del Sector de la bisutería y accesorios para dama, conocimientos en el producto y todas sus características y requerimientos.
- Conocimientos administrativos y de mercadeo para la conformación de la empresa.
- Conocimientos mínimos legales para la constitución de la sociedad, socios, minuta de constitución y costos legales.
- Conocimientos básicos en contabilidad para el manejo de cobros, pagos a proveedores y personal
- Conocimientos de diseño para la creación de colecciones, investigación actual de materiales innovadores y nuevas tendencias.

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.5 Objetivos de Mercadeo

Objetivos a corto plazo

- Vender como mínimo 1746 unidades de producto entre todas las líneas. (6 meses)
- Comenzar el plan de negocios para exportar a la Unión Europea por medio de un intermediario. (6 meses)
- Tener clientes institucionales, comercializadoras ya establecidas dentro de nuestra distribución y ventas. (6 meses)

Objetivos a mediano plazo

- Comenzar el proceso para ser exportadores directos, crear área de importaciones y exportaciones. (1 año)
- Duplicar las ventas (1 año)

Objetivos a largo plazo

- Ser exportadores directos en la Unión Europea (2 años)
- Contar con clientes fijos internacionales (2 años)
- Creación de un segundo punto de venta en un centro comercial en la ciudad de Medellín (2 años)

4.6 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

Caracterización de los productos

La bisutería es un bien de consumo final servicios, la producción es externalizada.

Los productos a trabajar son:

- Bisutería (línea artesanal, línea de cristalería y la línea de platería)
- Accesorios femeninos (Bolsos, carteras, agendas)

aretes



Accesorio estampado
ganchos
en plata
formas,
colores y
diseños
variados

accesorios femeninos

iLAPSCO

bolso



Forma y
tamaño
varios.
Material
plástico
negro y
blanco,
tapa en
seda

accesorios femeninos

iLAPSCO

pulseras



Accesorio
estampado
ancho
goma
tamaño
variado

accesorios femeninos

iLAPSCO

collares



Accesorio
estampado
cuellos en
plástico
formas,
tamaño y
diseños
variados

accesorios femeninos

iLAPSCO

agenda



Accesorio
estampado
goma y
cinta
anillo
diferente

accesorios femeninos

iLAPSCO

Ficha técnica (cambia de acuerdo al producto)

Producto: arete ilapso

Arete de diferentes formas geométricas

Material acrílico

Broche de forma curva en plata

Varios y diferentes colores y estampados

Descripción del portafolio

Producto y/o Servicio	Características Básicas	Ventajas y Beneficios	Necesidades que Satisface	Consideraciones especiales de empaque, almacenamiento, transporte, duración, Etcétera
Comercialización de bisutería para dama	Compra nacional y venta local	Capacidad de tener gran variedad de productos para la comercialización con énfasis en la exclusividad	Lucir a la moda, aparte nuestros clientes pueden obtener a través de una sola empresa diferentes estilos, tanto informales como formales y lo anterior enfocándonos en la exclusividad	Para nuestros clientes el empaque son bolsas de papel en propalcote 320 grms, con acabado uv, pero el empaque para almacenamiento son cajas de cartón.

4.7 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.7.1 El Mercado Meta

Nuestro público objetivo son las mujeres de Envigado y Medellín, con edades entre 15 y 55 años, con un estrato socio económico, medio alto y alto; que han desarrollado gusto por la moda y los accesorios.

A su vez también manejaremos clientes institucionales, exportadores nacionales de bisutería y accesorios femeninos y comercializadoras internacionales a largo plazo.

- **Tamaño del mercado**

Desde estratos 3 hasta estrato 6

21% de la población total. 1.5 hasta 3 salarios mínimos

12% de la población total. 3 y hasta 6 salarios mínimos.

8% de la población nacional. 6 hasta 10 salarios mínimos.

2.5 % de la población total. 10 hasta 22 salarios mínimos.

3.5% de la población total. 22 salarios mínimos en adelante

Total porcentaje proyectado estratos: 47% de la población entre estratos 3 y 6.

Total Mujeres entre 15 -55 años

05001-ANTIOQUIA-MEDELLIN	1,182,402
05266-ANTIOQUIA-ENVIGADO	94,920
Total	1.277.322

- **Total proyectado del mercado meta**

1.277.322 * 47% = 600.342 mujeres

- Rango de edad: 15 a 55 años
- Ocupación: Indiferente
- Estado Civil: indiferente
- Ingreso Promedio: Clase medio alto
- Estratos: 3, 4,5 y 6

Demanda

De acuerdo a la investigación del mercado, en los centros comerciales los días con más rotación de clientes y compradores reales son viernes, sábado y domingo; en estos 3 días hay un promedio de 65 compradores por fin de semana realizando compras en promedio de \$65.000.

Entre semana (lunes a jueves) hay un promedio de 30 compradores con una inversión promedio de \$65.000.

Para calcular nuestra demanda asumimos que entraremos al mercado con la mitad de la clientela (compradores) que estos manejan de acuerdo a la investigación, por eso asumimos captar la mitad de esta demanda

Proyección demanda Chloé

33 compradores en un fin de semana inversión promedio de \$ 65.000

15 compradores entre semana con una inversión promedio de \$ 65.000

Demanda semanal: 48 compradores

Demanda Mensual:192 compradores

Demanda Semestral:1152 compradores

Para realizar el estudio el estudio financiero vamos a agrupar de los dos productos 8 referencias bases y representativas, los productos serán:

1. Anillo de cristal (60 unidades semestre)
2. Collar de plata (430)
3. Collar de cristal (420)
4. Arete de cristal (432)
5. Collar de semilla (430)
6. Aderezo (422)
7. Bolso (80 unidades semestre)
8. Agendas (30)

Se manejarán 360 unidades de bisutería y 24 de accesorios para dama, para un total mensual de 384

Nuestro estudio está dividido en 4 periodos (semestres)

Entonces se manejarán 2304 referencias (unidades) por semestre.

De acuerdo a la investigación de la demanda se aplicaron los escenarios optimista, medio y pesimista; este cálculo nos da las ventas en unidades proyectadas para el periodo de evaluación.

Este resultado promedio de las unidades proyectadas de ventas, se presentan más adelante en el estudio financiero.

4.7.2 Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

Objetivos

- Generar satisfacción en nuestros clientes por medio de la retroalimentación del servicio al cliente
- Generar recordación de la marca
- Crear posicionamiento en las preferencias del cliente.

La satisfacción y el servicio al cliente serán evaluados por medio de retroalimentación, por bases de datos, vía internet y comunicación telefónica.

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

A través de Bases de datos, Internet, visitas en Cámara de Comercio; información del DANE

Anexo 1. Encuesta

c) Aplicación de la Medios

Se realizó una encuesta a estudiantes universitarias en las Universidades de Medellín, Eafit, en el Colegio Jesús María y mujeres amas de casa y profesionales.

La encuesta se realizó en el mes de marzo.

d) Resultados del estudio de los consumidores

Población Consumidora

Nuestro mercado meta o consumidor son mujeres entre los 15 a 55 años de estrato socio económico medio, medio alto y alto, interesada por la evolución de las tendencias de la moda. Su ubicación geográfica inicial es el área metropolitana, aunque por tener punto de venta en un local comercial, esto permite que haya consumidoras de diferentes partes del país y del mundo. Este consumidor tiene una alta capacidad adquisitiva para comprar el producto además de que su conducta de compra es por impulso y no por necesidad, se genera una actitud de que es necesario e importante comprar el producto deseado.

El consumo es identificado por impulso por eso la mayor estrategia de lanzamiento del producto y de la marca será la inversión en publicidad ya que se busca implementar

diferentes estrategias para llamar la atención de nuestros consumidores, es importante los diseños y los detalles en el empaque, el servicio y una diferenciación la cual haga que nuestra consumidora recuerde la marca.

Sera necesario publicidad en medios gráficos tales como revistas y catálogos, es importante adecuar y buscar promotores y patrocinio de empresas que ofrezcan este servicio en Medellín para comenzar a darnos a conocer en el mercado.

También en diferentes programas televisivos de canales regionales para la publicidad de nuestros accesorios en presentadoras y diferentes shows.

Perfil del consumidor

El principal consumidor de bisutería tiene las siguientes características:

- Mujer
- De 15 a 55 años
- Estrato medio alto
- Interesada por la evolución en las tendencias de moda
- Ubicada en una ciudad insignia de moda e innovación
- Vive en ciudades y áreas metropolitanas
- Mujeres ubicadas específicamente la ciudad de Medellín y Envigado.

Descripción Geográfica

- Área a cubrir: Venta directa en la zona sur (local comercial) del área metropolitana
- Tipo de área: Urbana

Criterios de compra de los consumidores

Precio	X	Formas de pago		Calidad	X	Servicio	X
Temporada		Moda	X	Garantía		Confiability	
Costumbre		Otros. ¿Cuáles?		marca	X	diseño	X

Perfil de los Consumidores

Variable	Características										
Rango de Edad	15 a 55 años					Sexo	Femenino				
Estado Civil	INDIFERENTE										
Educación	INDIFERENTE										
Ingresos	Bajos		Medios bajos		Medio	X	Medios Altos	X	Altos	X	
Motivo de Compra	POR IMPULSO, MODA Y NUEVAS TENDENCIAS										
Exigencia con respecto al producto	INNOVACION Y EXCLUSIVIDAD										
Forma de Pago	Contado	X		Crédito		Otras ¿Cuáles?					
Lugar de Compra	LA EMPRESA ESTA UBICADA EN MEDELLIN, LA COMPRA SE REALIZARIA E EL PUNTO DE VENTA Y CON LSO CLIENTES INSTITUCIONALES SOBRE PEDIDO										

4.8 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

El poder de negociación de nuestros proveedores no es controlado por estos, actualmente hay gran oferta de los productos necesarios para la elaboración de bisutería tanto como en materiales y maquila , además de los insumos tales como empaques, botones , cintas y demás recursos necesarios para la comercialización y venta de bisutería y accesorios.

Contamos con diferentes cotizaciones en el mercado local y de acuerdo al estudio y la oferta no es necesaria la intervención de proveedores extranjeros. En la producción proyectada, (aunque esta se realiza por terceros se les suministra los diseños y cantidades) se trabajara con insumos y materiales obtenidos en el mercado nacional y local.

Anexo 2. Cotizaciones proveedores de insumos, materiales, empaques y manualidades.

4.5.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

Las variables a tener en cuenta en la elección de posibles y futuros proveedores serán tiempos de entrega, cumplimiento y calidad.

Análisis de Proveedores de la Materia Prima y/o Productos a Comercializar mas significativos

Variables Cuantitativas (platería)			
Variables a Analizar	MARIA C No 2	PUNTO DE FINO	PLATERIA J.I.M.Y
Precio (Valor en \$)			
Cumplimiento (Puntaje de 1 a 10)	10	10	10
Variedad (Puntaje de 1 a 10)	10	10	10
Disponibilidad (Puntaje de 1 a 10)	7	7	7

Variables Cuantitativas (cristalería)			
Variables a Analizar	samsara	koral	DISTRIENSAMBLES
Precio (Valor en \$)			
Cumplimiento (Puntaje de 1 a 10)	10	7	7
Variedad (Puntaje de 1 a 10)	10	10	10
Disponibilidad (Puntaje de 1 a 10)	7	7	7

Variables Cuantitativas (semillas)			
Variables a Analizar	distribuidora de chaquiras	safiros piedras	
Precio (Valor en \$)			
Cumplimiento (Puntaje de 1 a 10)	9	7	
Variedad (Puntaje de 1 a 10)	10	10	
Disponibilidad (Puntaje de 1 a 10)	7	7	

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

Se realizaron entrevistas por medio de la feria Expo accesorios 2008, se tomaron datos y se pidieron cotizaciones. Con los proveedores de platería se ubicaron los posibles proveedores en el centro de Medellín y se pidieron las respectivas cotizaciones. Para

los proveedores de manualidad (producción externa) se tomo la base de datos de los proyectos de Medellín mi Empresa de Esumer, se llamo y contacto a los empresarios que producían manufacturas de bisutería y accesorios para dama. Para los empaques se pidieron cotizaciones a litografías por medio del directorio telefónico.

c) Aplicación de la Medios

Para el estudio de proveedores se realizaron visitas en las empresas de cada proveedor para ver producción, insumos, análisis de la calidad de los materiales y se pidieron las cotizaciones vía email y telefónica.

d) Resultados del estudio de los proveedores

Análisis cotizaciones mercado proveedor:

PROVEEDORES		
LINEAS	PRODUCTOS	PROVEEDORES
PLATERIA	anillos	Clara Elena Gómez, calle 45 E # 76-58, 4160719
	aretes	Joyeria y Plateria Maria Jose,tel 4614145,3127533942, calle110 # 68A-101
	Pulseras	sepia carrera 64AA# 103-22 belarcazar, 4710515 (Margarita Gallego)
	collares	sepia carrera 64AA# 103-22 belarcazar, 4710515 (Margarita Gallego)

CRISTALERIA Y PIEDRAS SEMIPRECIOSAS	Anillos	Clara Elena Gomez, calle 45 E # 76-58, 4160719
	aretes	llapso mobiliario y diseño 2 32 60 34 * 312 3 79 47 25 carrera 20 # 33A - 12 bogota * colombia
	Pulseras	Samsara
	Collares	llapso mobiliario y diseño 2 32 60 34 * 312 3 79 47 25 carrera 20 # 33A - 12 bogota * colombia Samsara

SEMILLAS	Anillos	Moda Visual Artesanal, arrera 49 #108-125, 5228336, correo modavisualarte@hotmail.com
	Aretas	Dannys
	Pulsera	Guillearte, tel 5288044,4271057
	Collares	Moda Visual Artesanal, arrera 49 #108-125, 5228336, correo modavisualarte@hotmail.com

4.6 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

La competencia de estos productos es muy grande ya que hay compañías multinacionales ofreciendo este entre otros productos tales como Yanbal, Avon, y la demanda es grande ya que todas las mujeres de todos los tipos y clases sociales les gusta los accesorios y este tipo de producto.

Todos nuestros competidores se encuentran ubicados en la ciudad de Medellín en centros comerciales de alto reconocimiento en la zona sur de la ciudad o también están ubicados en barrios dedicados a la moda, pero estos se ciñen en su mayoría a ofrecer accesorios para un nicho muy específico, la decoración de los locales es parecida entre si y olvidan ciertos tipos de consumidor ofreciendo sus productos a consumidores específicos.

La competencia directa para nuestro nicho de mercado es Juliana Gutiérrez, María Camila Mesa y Lime Blue

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

Se investigo precios, diseños, el canal de distribución es en cada punto de venta, ventas de cada línea y los tipos de mercados a que están dirigidos.

Además se tuvo en cuenta la decoración de cada local de la competencia e imagen de esta frente al consumidor

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

Cliente oculto

MARIA CAMILA MESA

Esta ubicada en el centro comercial El Tesoro, Oviedo, Falabella, sus puntos de venta presenta un estilo minimalista, en donde predomina el blanco, los accesorios son de fácil apreciación y son asequibles al público lo cual permite que se pueda probar fácilmente.

La atención por parte de las empleadas es buena, y su presentación personal también lo es, tiene un aviso exterior el cual es en colores institucionales; los precios que

manejan son altos, varían según el artículo y oscilan entre:

Aretes: \$12000-35000
Bolsos: \$50000-150000
Aderezo: \$25000-70000
Pulseras: \$15000-40000

Los horarios de atención al público son extendidos lo cual hace fácil que se acerquen más visitantes, la hora de apertura son las 10:00 am y cierra a la hora que cierre el centro comercial frecuentemente es a las 8:00 pm.

El movimiento de clientes es permanente entra un visitante cada 5 minutos en promedio el fin de semana.

JULIANA GUTIERREZ

Esta ubicada en el centro comercial Oviedo y Palms Avenue, además tiene una tienda en el Barrio Provenza, su tienda posee un estilo minimalista donde el blanco prevalece sobre los demás colores, los accesorios están asequibles y se pueden apreciar fácilmente.

En cuanto a la atención a las vendedoras les hace falta amabilidad, si no se les pregunta no se levanta a atender el cliente, en cuanto a su presentación las empleadas se encuentran bien presentadas y están acordes con el local.

Los precios que manejan son medios así que son un poco más asequibles, estos están discriminados así:

Aretes: \$13000-45000
Aderezo: \$30000-50000
Anillos: \$20000-50000
Pulseras: \$15000-40000

Los horarios de atención son bastante asequibles como se encuentran dentro de centros comerciales hace bastante fácil asistir en cualquier horario, en horas de la mañana, noche o fines de semana.

En cuanto al movimiento de clientes no es tan constante entra uno cada 20 minutos en promedio el fin de semana.

LIME BLUE

Está ubicado en el centro comercial Oviedo, posee un estilo bastante original, en su decoración incluye colores fuertes, ácidos y un poco de art pop, está orientada a un público joven y alegre, lo cual hace casi imposible no fijar su mirada en el local.

Las niñas que están en el local son amables y serviciales, deberían esmerar un poco en la presentación, claro que tiene una camisa distintiva y eso las hace más informales, para ser más fácil llegar a su público objetivo.

Los precios que manejan son los siguientes:

Aretes: \$10000-30000

Bolsos: \$22000-50000

Anexo 3. Análisis ventas competencia

c) Aplicación de la Medios

Se implemento la estrategia de cliente oculto, se realizo la visita a cada punto de venta y se miro la decoración del local, precios, productos y atención al cliente. También se realizaron llamadas a los puntos de venta y nos dieron información sobre los precios y movilidad de clientes

d) Resultados del Estudio de la Competencia

Nombre	Ubicación	Producto	Precio	Servicio al cliente	Presentación personal	Formas de pago
Maria camila Mesa	CC el tesoro, Oviedo, Fallabella	Aretes	12.000-35.000	bueno	bueno	De contado (efectivo) y medios electrónicos
		Pulseras	15.000-40.000			
		Bolsos	50.000-150.000			
Juliana Gutierrez	CC Oviedo, Palms Avenue,	Aretes	13.000-45.000	regular	bueno	De contado (efectivo) y medios electrónicos
		Pulseras	15.000-40.000			
		Anillos	20.000-50.000			
Lime Blue	CC Oviedo	Aretes	10.000-30.000	bueno	regular	De contado (efectivo) y medios electrónicos
		Bolsos	22.000-50.000			

Anexo 4. Análisis productos frente a la competencia

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución

Canal de distribución CHLOE

La distribución será a través de medios propios, la adecuación de un punto de venta directa.

La disponibilidad de locales comerciales en diferentes sectores populares del área metropolitana y en Centros Comerciales es alta, el costo es alto ya que se esta dirigiendo la localización del punto de venta en la zona sur de Medellín y esta dirigida a estratos socioeconómico alto por eso los costos de distribución son considerablemente altos.

Costos de distribución del punto de venta

Arriendo Punto de venta (CC San Diego 20m2)....	\$ 1.500.000
Administración.....	\$ 467.035
Decoración –Instalación.....	\$ 7.000.000
Surtido Inicial Local	\$ 4.000.000
Registro Marca.....	\$ 639.000
Empleados (C/U).....	\$ 516.500

4.6.2 Distribución Directa

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

La distribución se realizara de forma directa por medio de un punto de venta ubicado (inicialmente) en el Centro Comercial San Diego. Con el tiempo se planea abrir varios puntos de ventas en diferentes Centros comerciales de la ciudad.

b) Fuerza de ventas

Nuestra fuerza de ventas será en el punto de venta el área comercial y administrativa estarán encargadas del impulso de las ventas, además de las vendedoras del local.

Administración	Administradora: administración de empresas, manejo de contabilidad, ventas y manejo de personal, manejo de puntos de venta
	Directora Comercial: Manejo de publicidad y mercadeo, apertura de clientes institucionales.

	Directora logística: Manejo de proveedores, inventario, despachos, coordinación de producción
Ventas	Vendedora: Atención clientes, ventas, mantenimiento del punto de venta.

4.6.3 Manejo de Inventarios

Se manejarían 120 referencias mensuales de bisutería, de cada referencia se harán 3 unidades para un total de 360 artículos mensuales y 8 de accesorios para dama y se harán 3 unidades también para un total de 24.

Total mensual 384 unidades.

Total semestral 2304 unidades

4.6.4 Comunicación

Nombre comercial del producto:	Bisutería y accesorios para dama
Especificaciones del empaque:	Para nuestros clientes el empaque son bolsas de papel en propalcote 320 grms, con acabado uv, pero el empaque para almacenamiento son cajas de cartón
Nombre de la Empresa:	Accesorios Chloè
Para el caso de Creación de Empresas defina colores distintivos de la Empresa.	Los colores distintivos serán en azul y blanco ya que se quiere dar una imagen sobria, pues el local estará muy recargado de colores en su decoración interior.

4.6.5 Actividades de promoción y divulgación

Estrategias:

Ninguna marca de Las marcas de accesorios posicionadas en el mercado, que hay en la actualidad, realizan o realizaron estrategias de recordación entre los compradores.

- **Acción:** Crear un botón con el logotipo y los colores de la empresa, esto con el fin de que las compradoras lleven el botón en sus bolsos, el botón tendrá como finalidad recordarles a las personas en donde adquieren sus productos y las que

no lo conocen les cree la inquietud, de a cual almacén pertenece ese botón.

Costo: oscilan entre 2000 y 4000 pesos dependiendo del material

- **Acción:** Crear un tipo de decoración diferente, en el punto de venta, esto generara atracción por parte de los visitantes al centro comercial, y generara curiosidad en ellos para entrar al almacén y al mismo tiempo que recuerden la tienda.
Costo: 5'000000 según lo cotizado en enseres, pero con los honorarios del diseñador de interiores puede aumentar de 2'000000 a 3'000000.

Estrategias

Realizar acciones encaminadas a crear una imagen fortalecida y competitiva, con lo cual se busca posicionar la marca en la mente del consumidor y ser la primera marca que se venga a la mente del consumidor cuando el piense en accesorios.

- **Acción:** Se patrocinara rumbas de universidades dado bonos para que las mujeres adquieran algún artículo de la empresa y así lograr que segmentos de la población joven nos reconozca.
- **Acción:** en programas de variedades se hará una pauta, es decir a cambio de proveer a las presentadoras de accesorios y dar como regalo a los televidentes ellas anunciaran que ese día utilizan los accesorios de nuestra marca y en donde está ubicado el almacén.
Costo: Se le proporcionara el artículo al programa, es decir el costo es el costo del accesorio este es para el programa "mundo u"

4.7 Precios de los Productos

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

Variables para la determinación del precio
Precios de mercado - competencia
Innovación, exclusividad de productos
Calidad de los productos

4.7.2 Política de Precios

Los medios de pago serán de contado y medios electrónicos acorde con la competencia del mercado.

La política de precios se basara en el margen de contribución.

A cada producto se le pondrá un margen de contribución diferente de acuerdo a la investigación de los precios del consumidor y la percepción del mercado (consumidor).

Producto	Ventas(Q)	C.V.U.	%MC	P.V.	Ventas(\$)	C.V.T.
anillo cristal	35	8.179	50%	16.400	574.000	286.265
collar plata	322	34.181	45%	62.200	20.028.400	11.006.386
collar cristal	322	23.567	52%	49.000	15.778.000	7.588.574
arete cristal	331	8.461	50%	17.000	5.627.000	2.800.591
collar semilla	329	11.451	60%	28.700	9.442.300	3.767.244
aderezo	323	31.502	40%	52.500	16.957.500	10.175.146
bolsos	61	35.930	35%	55.300	3.373.300	2.191.747
agenda	23	13.536	38%	22.000	506.000	311.327
					72.286.500	38.127.280
TOTAL VENTAS			72.286.500			
COSTOS DE VENTA			38.127.280			
MARGEN DE CONTRIB.			34.159.220			
COSTOS FIJOS			21.731.879			

4.8 Riesgos y Oportunidades del mercado

Los riesgos como en toda industria es nuestra competencia directa y que implanten nuevas líneas para los otros tipos de mujeres de diferente estilo, ya que cada uno esta dirigido a uno solo estilo y nosotros estamos dirigidos a los tres estilos o tipos de mujeres.

Otro riesgo son los productos de importación provenientes de China y Estados Unidos.

La oportunidad que se presenta es dirigimos a los tres tipos de mujer y ofrecer en un solo lugar las tres líneas de bisutería además de accesorios para los diferentes estilos.

Otra oportunidad es realizar el estudio exportador y ser en el largo plazo exportadores directos a diferentes países.

4.9 Plan de ventas

Estimación de ventas proyectada (semestre)

Calculamos las ventas mensuales y semestrales proyectadas de acuerdo a la investigación del mercado y competencia los resultados arrojados nos dieron una estimación de ventas reales de acuerdo a los tres escenarios, a continuación se anexa el cuadro.

Producto	Ventas proyectadas semestral (Q)	Ventas proyectadas mensual (Q)
Anillo Cristal	35	6
Collar plata	322	54
Collar cristal	322	54
Arete cristal	331	55
Collar Semilla	329	54
Aderezo	323	54
Bolsos	61	10
Agendas	23	4

Inversión promedio por consumidor: \$65.000

Total Q: 1746 unidades como minimo

5 ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

6.5 Objetivos de producción

Objetivo

Recolectar la información técnica requerida para la comercialización de Bisutería y accesorios para determinar su viabilidad (6 meses)

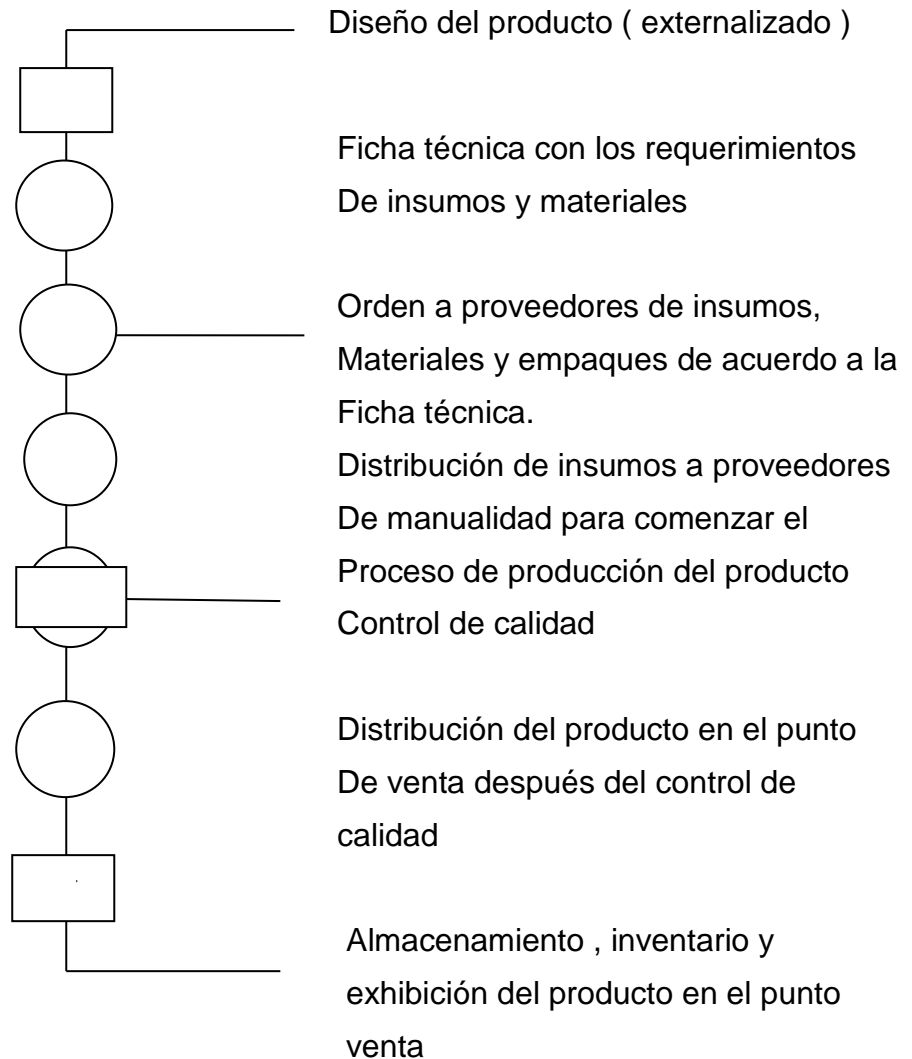
6.6 Descripción del proceso de producción

Proceso de producción

- Diseñador: es externalizado, se paga por comisión o diseño. Costo estimado de un diseño \$10.000- \$60.000 (este valor ya se encuentra incluido en la manualidad de cada producto en costos variables de producción)
- Ficha técnica entregada por el diseñador con todas las descripciones y requerimientos para el producto.
- Orden a proveedores, de acuerdo a la ficha técnica y los materiales requeridos para la producción.
- Llega el pedido e inmediatamente se distribuye en cada taller de acuerdo a la capacidad de producción de los mismos
- Terminado la producción se recoge el producto en cada taller y se lleva al punto de venta
- El almacenamiento de todo el inventario se realiza en el punto de venta, no tiene ningún requerimiento especial.

Tecnología

No se necesita tecnología ni ningún tipo de maquinaria especial ya que el proceso de producción es externa



6.7 Capacidad de producción

La capacidad de producción será determinada por el área logística la cual por medio de su stock determinara el nuevo requerimiento de inventario.

Se cuenta con diferentes talleres de manualidades lo cual nos permite distribuir en cualquiera de estos talleres la producción mensual y de colección.

6.8 Recursos materiales y humanos para la producción

La producción es externalizada, los recursos necesarios son:

Diseñador que también es externo

Proveedores de insumos

Proveedores de manualidades (talleres), cada taller define su número de personal, locación, maquinaria y equipos para la producción y son responsables por el costo de los servicios que requieran como luz o agua.

6.9 Programa de producción

El área logística entrega fechas límites de entrega de producto, cada proveedor es responsable por su plan de producción.

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

Administración

En este proceso se verifican los procesos y estrategias de venta, publicidad, contratación de personal, gastos de personal y manejo contable para luego entregar la información contable al contador externo. Se encarga de la parte de recursos humanos.

Por medio de un software, computador con internet y conocimientos necesarios administrativos, de mercadeo y personal se realiza el proceso administrativo, la locación no es necesaria ya que se puede trabajar desde casa o desde el punto de venta.

Comercial

Realiza los catálogos, publicidad, clientes, modelos y fotógrafo para la publicidad institucional y publicidad externa, generación de estrategias de venta, manejo de regalos y promociones en los colegios o universidades.

Este proceso se puede realizar en el punto de venta o desde casa o desde cualquier punto por medio de un portátil con acceso a internet. Lo importante es contar con la información de la empresa en memorias o en el computador personal.

Logística

Escogerá materiales y distribución de materiales en cada taller, manejo de la calidad y tiempos de entrega.

Mantenerse informado en la incursión de nuevos materiales y nuevos posibles proveedores.

Este proceso también se puede realizar desde cualquier locación.

Contabilidad

Es externalizado, el contador escoge su locación, cumplirá con las funciones de pago de impuestos y análisis contables.

6.1.2 Procesos administrativos externalizados

El proceso administrativo externalizado será el proceso contable.

Se maneja un software para los programas contables básicos y a final de cada mes se hará la revisión por parte de un contador para que este realice los procesos de análisis de estados de resultados, pago de impuestos y demás funciones contables

Se pagará por honorarios al contador. Su costo será de \$ 300.000 mensual

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama



6.2.2 Descripción funcional de la Organización

Administración

- Se encargara de coordinar las actividades de todas las áreas
- Generar estrategias de ventas
- Realizar los pagos
- Vigilar el funcionamiento del punto de venta

Área comercial

- Realiza todo lo que corresponde al mercadeo y publicidad
- Todo lo relacionado con el comercio internacional
- Abrir nuevos mercados
- Ventas a nivel institucional ya sea con clientes nacionales o internacionales

Contabilidad

- Pago de impuestos
- Manejo de cuentas
- Manejo de libros contables

- Desembolsos de dinero

Logística

- Manejo de proveedores
- Manejo de inventario
- Coordinación de tiempos de producción y de entrega
- Coordinación de despachos

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

El área mínima requerida es de 20 mt², el local será arrendado, su ubicación será en el centro comercial San Diego.

Arriendo Punto de venta (CC San Diego) área 20mt²\$ 1.500.000

Administración.....\$ 467.035

Los requerimientos en local son los mínimos como electricidad, los servicios públicos provistos por EPM, además de los de UNE para los servicios de internet y telecomunicaciones.

Estos servicios tienen un costo proyectado mensual de \$ 200.000

6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

Se requiere equipos de oficina, muebles y enseres y el software necesario para los computadores.

MUEBLES Y ENCERES			
	COSTO UNID	CANT	TOTAL
BARRA	300000	1	300.000
PERCHEROS	100000	3	300.000
ESTANTES	60000	10	600.000
ESPEJO CUERPO ENTERO	70000	2	140.000
ESPEJO MEDIANO	49900	2	99.800
ESPEJO PEQUEÑO	10000	3	30.000
BUTACO LUNAR	99900	1	99.900
BUTACO VACA	79900	1	79.900
BUTACO DADO	79900	2	159.800
BUTACO VERDE	169900	1	169.900
SILLAS BARRA	99900	3	299.700

MESA PEQUEÑA	460000	1	460.000
GANCHOS (X4)	60000	10	600.000
MESA GRANDE	350000	1	350.000
DECORACION BARRA	50000	4	200.000
BASURA	69900	1	69.900
MANIQUIES			
BASURERO	69000	1	69.000

EQUIPO COMPUTO

DESCRIPCION	CANTIDA D	VALOR UNITARIO
Computador cv compaq 2105 la con monitor 15"	1	\$ 950.000
Impresora TM-U220PD. Matriz 9 pines paralela. Cortador manual con fuente negra EPSON	1	\$ 555.000
software	1	\$ 250.000
Registradora	1	\$220.500

MATERIALES DE TRABAJO

DESCRIPCION	CANTIDA D	VALOR UNITARIO
COSEDORA	1	5000
PERFORADORA	1	5000
RESMA DE PAPEL	1	12000
LAPICERO	1	2000
BORRADOR	1	1000
CLIPS	1 CAJA	500
TRAPEADORA	1	1000
ESCOBA	1	7000
AJAX	1	5000
MINAS	2	5000

6.3.3 Requerimientos de servicios.

Servicios públicos EPM (agua, luz)

UNE (telefonía, internet)

Vigilancia: Centro comercial (incluida en el valor de la administración).

Seguros: \$110.000

6.3.4 Requerimientos de personal

Área	Cargo	Cantidad	Salario
Administración	Administradora: administración de empresas, manejo de contabilidad, ventas y manejo de personal, manejo de puntos de venta	1	No será asignado inicialmente por se propietaria
	Directora Comercial: Manejo de publicidad y mercadeo, apertura de clientes institucionales.	1	No será asignado inicialmente por se propietaria
	Directora logística: Manejo de proveedores, inventario, despachos, coordinación de producción	1	No será asignado inicialmente por se propietaria
Ventas	Vendedora: Atención clientes, ventas, mantenimiento del punto de venta.	2	\$ 461.500 (este valor no incluye parafiscales)

6.4 Programa de administración

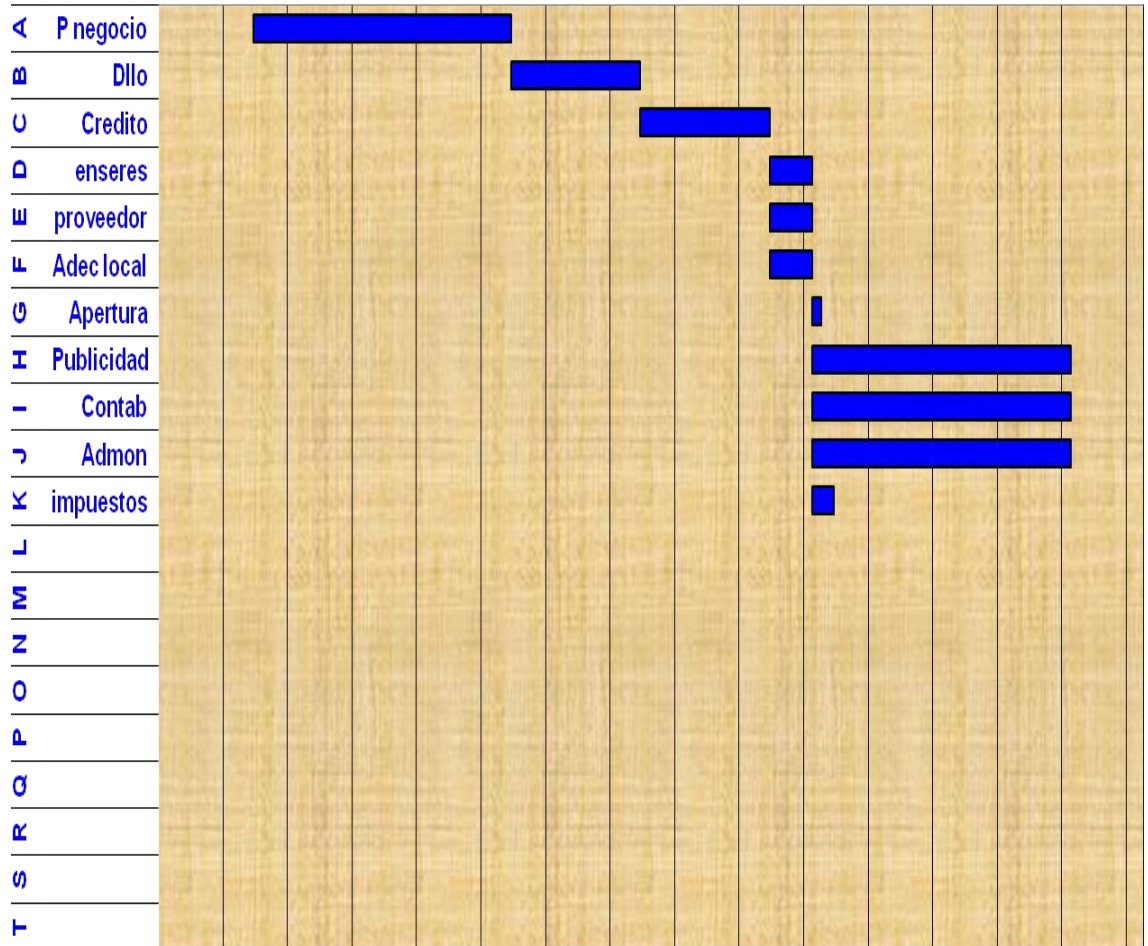
diagrama de Gantt

PROYECTO	comercializacion bisuteria y accesorios para dama
UNIDAD DE TIEMPO	SEMANAS
FECHA DE INICIO	10/02/2008

ACTIVIDAD	NOMBRE	DURACIÓN	ACTIVIDAD PRECEDENTE	INICIO	FINALIZACIÓN
A	P negocio	60		10/02/2008	09/04/2008
B	Dllo	30	A	10/04/2008	09/05/2008
C	Credito	30	B	10/05/2008	08/06/2008
D	enseres	10	C	09/06/2008	18/06/2008
E	proveedor	10	C	09/06/2008	18/06/2008
F	Adec local	10	C	09/06/2008	18/06/2008
G	Apertura	2	F	19/06/2008	20/06/2008
H	Publicidad	60	F	19/06/2008	17/08/2008
I	Contab	60	F	19/06/2008	17/08/2008
J	Admon	60	F	19/06/2008	17/08/2008
K	impuestos	5	F	19/06/2008	23/06/2008

DIAGRAMA DE GANTT

19-1-08 3-2-08 18-2-08 4-3-08 19-3-08 3-4-08 18-4-08 3-5-08 18-5-08 2-6-08 17-6-08 2-7-08 17-7-08 1-8-08 16-8-08 31-8-08



Series1 ■ DURACION

7. ASPECTOS LEGALES

7.3 Tipo de Organización empresarial

La empresa será constituida en una Sociedad Limitada.

Escogimos este tipo de sociedad por sus facilidades de constitución, gestión, funcionamiento y beneficios.

7.4 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

Documentación necesaria para la operación de la empresa y asuntos legales

Documento o proceso	costo
RUT	0
Cámara de comercio	\$ 90.000
Asesoría contador pre operación	\$100.000
Costo publicidad (logo-eslogan)	\$150.000
Constitución legal notaria	\$110.000
Seguro	\$110.000
Registro marca	\$877.000
Industria y comercio	\$637.500

8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

Aporte de los socios:	\$ 5.031.539
Nataly Garrido Murillo	\$ 1.677.180
Katherine Villa Cano	\$ 1.677.180
Tatyana García Montoya	\$ 1.667.180

8.1.2 Créditos y Prestamos Bancarios

La corporación con la cual obtendremos el préstamo es Actuar Fami empresas

Monto total: \$20.000.000

Destinación: todo el préstamo estará dirigido para el proyecto

Tasa de interés: 15% semestre

Plazo: 2 años (4 semestres)

Costos Financieros y Pago de Prestamos

Semestre

Periodos

CUENTAS	0	1	2	3	4
Intereses		3.000.000	2.250.000	1.500.000	750.000
Comisiones		0	0	0	0
Manejo de cuentas		0	0	0	0
Otros. ¿Cuáles?	0	0	0	0	0
		0	0	0	0
		0	0	0	0
Total Costos Financieros	0	3000000	2250000	1500000	750000

Pago Prestamos		0	0	0	0
Pagos de Capital		5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000
Otros. ¿Cuáles?	0	0	0	0	0
		0	0	0	0
Pagos de Capital	0	5000000	5000000	5000000	5000000

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

Ingresos de proyecto

Semestre

Periodo

Cuentas	0	1	2	3	4
Ingresos por ventas de productos	0	72.327.900	72.327.900	72.327.900	72.327.900
Ingresos por ventas de subproductos		0	0	0	0
Ingresos por ventas de desechos		0	0	0	0
Total Ingresos Operación	0	72.327.900	72.327.900	72.327.900	72.327.900
Ingresos por reposición de equipos		0	0	0	0
Ingresos por reposición de maquinaria		0	0	0	0
Recuperación del capital de trabajo		0	0	0	0
Valor de desecho del proyecto		0	0	0	0
Total Otros Ingresos	0	0	0	0	0

1. Anillo de cristal

Producto 1	0	1	2	3	4
Ventas Proyectadas	0	35	35	35	35
Precio Unitario		16.400	16.400	16.400	16.400
Total Producto	0	574.000	574.000	574.000	574.000

Calculo de ventas proyectadas

Producto 1	0	1	2	3	4
Escenario Optimista		55	55	55	55
Escenario Medio		25	25	25	25
Escenario Pesimista		25	25	25	25
Ventas Proyectadas	0	35	35	35	35

2. Collar de plata

Producto 2	0	1	2	3	4
Ventas Proyectadas	0	322	322	322	322
Precio Unitario		62.200	62.200	62.200	62.200
Total Producto	0	20.049.133	20.049.133	20.049.133	20.049.133

Calculo de ventas proyectadas

Producto 2	0	1	2	3	4
Escenario Optimista		387	387	387	387
Escenario Medio		322	322	322	322

Escenario Pesimista		258	258	258	258
Ventas Proyectadas	0	322	322	322	322

3. Collar de Cristal

Producto 3	0	1	2	3	4
Ventas Proyectadas	0	322	322	322	322
Precio Unitario		49.000	49.000	49.000	49.000
Total Producto	0	15.778.000	15.778.000	15.778.000	15.778.000

Calculo de ventas proyectadas

Producto 3	0	1	2	3	4
Escenario Optimista		399	399	399	399
Escenario Medio		315	315	315	315
Escenario Pesimista		252	252	252	252
Ventas Proyectadas	0	322	322	322	322

4. Arete de cristal

Producto 4	0	1	2	3	4
Ventas Proyectadas	0	331	331	331	331
Precio Unitario		17.000	17.000	17.000	17.000
Total Producto	0	5.627.000	5.627.000	5.627.000	5.627.000

Calculo de ventas proyectadas

Producto 4	0	1	2	3	4
-------------------	----------	----------	----------	----------	----------

Escenario Optimista		410	410	410	410
Escenario Medio		324	324	324	324
Escenario Pesimista		259	259	259	259
Ventas Proyectadas	0	331	331	331	331

5. Collar de Semilla

Producto 5	0	1	2	3	4
Ventas Proyectadas	0	329	329	329	329
Precio Unitario		28.700	28.700	28.700	28.700
Total Producto	0	9.451.867	9.451.867	9.451.867	9.451.867

Calculo de ventas

Producto 5	0	1	2	3	4
Escenario Optimista		408	408	408	408
Escenario Medio		322	322	322	322
Escenario Pesimista		258	258	258	258
Ventas Proyectadas	0	329	329	329	329

6. Aderezo

Producto 6	0	1	2	3	4
Ventas Proyectadas	0	323	323	323	323
Precio Unitario		52.500	52.500	52.500	52.500
Total Producto	0	16.957.500	16.957.500	16.957.500	16.957.500

Calculo de ventas proyectadas

Producto 6	0	1	2	3	4
Escenario Optimista		400	400	400	400
Escenario Medio		316	316	316	316
Escenario Pesimista		253	253	253	253
Ventas Proyectadas	0	323	323	323	323

7. Bolsos

Producto 7	0	1	2	3	4
Ventas Proyectadas	0	61	61	61	61
Precio Unitario		55.300	55.300	55.300	55.300
Total Producto	0	3.391.733	3.391.733	3.391.733	3.391.733

Calculo de ventas proyectadas

Producto 7	0	1	2	3	4
Escenario Optimista		76	76	76	76
Escenario Medio		60	60	60	60
Escenario Pesimista		48	48	48	48
Ventas Proyectadas	0	61	61	61	61

8. Agendas

Producto 8	0	1	2	3	4
Ventas Proyectadas	0	23	23	23	23

Precio Unitario		22.000	22.000	22.000	22.000
Total Producto	0	498.667	498.667	498.667	498.667

Calculo de ventas proyectadas

Producto 8	0	1	2	3	4
Escenario Optimista		28	28	28	28
Escenario Medio		22	22	22	22
Escenario Pesimista		18	18	18	18
Ventas Proyectadas	0	23	23	23	23

8.2.2 Egresos

8.2.2.1 Inversiones

CUENTAS	0	1	2	3	4
Inversiones fijas	5.974.400	0	0	0	0
Terrenos	0	0	0	0	0
Edificios	0	0	0	0	0
Instalaciones industriales	0	0	0	0	0
Maquinaria	0	0	0	0	0
Equipos	2.015.500	0	0	0	0
Vehículos	0	0	0	0	0
Muebles y enseres	3.958.900	0	0	0	0
Herramientas	0	0	0	0	0
Otros activos fijos	0	0	0	0	0
Gastos Pre-Operativos	3.524.125	0	0	0	0
Constitución y registro	0	0	0	0	0
Diseño organizacional	0	0	0	0	0
Presentación y Promoción	0	0	0	0	0

-Accesorios Chloé P 0739-Plan de Negocios

Estudios financieros	0	0	0	0	0
Investigación y estudios	0	0	0	0	0
Salarios	0	0	0	0	0
Costos financieros	0	0	0	0	0
Viaje y representación	0	0	0	0	0
Costos de Capacitación	0	0	0	0	0
Honorarios de Asesores	0	0	0	0	0
Publicidad y Promoción	0	0	0	0	0
Puesta en Marcha	0	0	0	0	0
Otros Gastos	3.524.125	0	0	0	0
Capital de Trabajo	0	15.533.014	15.533.014	15.533.014	15.533.014
Incremento Capital de Trabajo	15.533.014	0	0	0	-15.533.014
TOTAL INVERSIONES	25.031.539	0	0	0	-15.533.014

8.2.2.2 Costos

COSTOS DIRECTOS DE FABRICACION

Semestre

CUENTAS	0	1	2	3	4
Materiales e insumos	0	22.149.638	22.149.638	22.149.638	22.149.638
Otros ¿Cuáles?	0	6.476.975	6.476.975	6.476.975	6.476.975
Mano de obra directa	0	9.510.667	9.510.667	9.510.667	9.510.667
Total Costos Directos	0	38.137.280	38.137.280	38.137.280	38.137.280

1. Anillo de cristal

Semestre

Producto 1	0	1	2	3	4
Producción Proyecta	0	35	35	35	35
Materia prima		4.000	4.000	4.000	4.000
Materiales y Componentes Ind.		0	0	0	0
Materiales aux.y suministros de fabrica		0	0	0	0
Servicios		0	0	0	0
Total Materiales e Insumos	0	140.000	140.000	140.000	140.000
Otros ¿Cuáles?	0	41.265	41.265	41.265	41.265
Empaques		435	435	435	435
Imprevistos		744	744	744	744
Mano de Obra		3.000	3.000	3.000	3.000
Total Mano de Obra	0	105.000	105.000	105.000	105.000

2. Collar de plata

Semestre

Producto 2	0	1	2	3	4
Producción Proyecta	0	322	322	322	322
Materia prima		23.610	23.610	23.610	23.610
Materiales y Componentes Ind.		0	0	0	0
Materiales aux.y suministros de fabrica		0	0	0	0
Servicios		0	0	0	0
Total Materiales e Insumos	0	7.610.290	7.610.290	7.610.290	7.610.290

-Accesorios Chloé P 0739-Plan de Negocios

Otros ¿Cuáles?	0	1.149.763	1.149.763	1.149.763	1.149.763
Empaque		460	460	460	460
Imprevistos		3.107	3.107	3.107	3.107
Mano de Obra		7.000	7.000	7.000	7.000
Total Mano de Obra	0	2.256.333	2.256.333	2.256.333	2.256.333

3. Collar de cristal

Semestre

Producto 3	0	1	2	3	4
Producción Proyecta	0	322	322	322	322
Materia prima		14.964	14.964	14.964	14.964
Materiales y Componentes Ind.		0	0	0	0
Materiales aux.y suministros de fabrica		0	0	0	0
Servicios		0	0	0	0
Total Materiales e Insumos	0	4.818.408	4.818.408	4.818.408	4.818.408
Otros ¿Cuáles?	0	838.166	838.166	838.166	838.166
Empaque		460	460	460	460
Imprevistos		2.143	2.143	2.143	2.143
Mano de Obra		6.000	6.000	6.000	6.000
Total Mano de Obra	0	1.932.000	1.932.000	1.932.000	1.932.000

4. Arete de cristal

Semestre

Producto 4	0	1	2	3	4
-------------------	----------	----------	----------	----------	----------

-Accesorios Chloé P 0739-Plan de Negocios

Producción Proyecta		331	331	331	331
Materia prima		4.256	4.256	4.256	4.256
Materiales y Componentes Ind.		0	0	0	0
Materiales aux.y suministros de fabrica		0	0	0	0
Servicios		0	0	0	0
Total Materiales e Insumos	0	1.408.736	1.408.736	1.408.736	1.408.736
Otros ¿Cuáles?	0	398.855	398.855	398.855	398.855
Empaque		435	435	435	435
Imprevistos		770	770	770	770
Mano de Obra		3.000	3.000	3.000	3.000
Total Mano de Obra	0	993.000	993.000	993.000	993.000

5. Collar de semilla

Semestre

Producto 5	0	1	2	3	4
Producción Proyecta	0	329	329	329	329
Materia prima		5.964	5.964	5.964	5.964
Materiales y Componentes Ind.		0	0	0	0
Materiales aux.y suministros de fabrica		0	0	0	0
Servicios		0	0	0	0
Total Materiales e Insumos	0	1.964.144	1.964.144	1.964.144	1.964.144
Otros ¿Cuáles?	0	485.767	485.767	485.767	485.767
Empaque		435	435	435	435

-Accesorios Chloé P 0739-Plan de Negocios

Imprevistos		1.040	1.040	1.040	1.040
Mano de Obra		4.000	4.000	4.000	4.000
Total Mano de Obra	0	1.317.333	1.317.333	1.317.333	1.317.333

6. Aderezo

Semestre

Producto 6	0	1	2	3	4
Producción Proyecta	0	323	323	323	323
Materia prima		19.220	19.220	19.220	19.220
Materiales y Componentes Ind.		0	0	0	0
Materiales aux.y suministros de fabrica		0	0	0	0
Servicios		0	0	0	0
Total Materiales e Insumos	0	6.208.060	6.208.060	6.208.060	6.208.060
Otros ¿Cuáles?	0	1.060.086	1.060.086	1.060.086	1.060.086
Empaque		460	460	460	460
Imprevistos		2.822	2.822	2.822	2.822
Mano de Obra		9.000	9.000	9.000	9.000
Total Mano de Obra	0	2.907.000	2.907.000	2.907.000	2.907.000

7. Bolsos

Semestre

Producto 7	0	1	2	3	4
Producción Proyecta	0	61	61	61	61
Materia prima		0	0	0	0
Materiales y Componentes Ind.		0	0	0	0

-Accesorios Chloé P 0739-Plan de Negocios

Materiales aux.y suministros de fabrica		0	0	0	0
Servicios		0	0	0	0
Total Materiales e Insumos	0	0	0	0	0
Otros ¿Cuáles?	0	2.191.747	2.191.747	2.191.747	2.191.747
Total		35.000	35.000	35.000	35.000
Empaque		735	735	735	735
Mano de Obra		0	0	0	0
Total Mano de Obra	0	0	0	0	0

8. Agendas

Semestre

Producto 8	0	1	2	3	4
Producción Proyecta	0	23	23	23	23
Materia prima		0	0	0	0
Materiales y Componentes Ind.		0	0	0	0
Materiales aux.y suministros de fabrica		0	0	0	0
Servicios		0	0	0	0
Total Materiales e Insumos	0	0	0	0	0
Otros ¿Cuáles?	0	311.327	311.327	311.327	311.327
Total		13.000	13.000	13.000	13.000
Empaque		735	735	735	735
Mano de Obra		0	0	0	0
Total Mano de Obra	0	0	0	0	0

COSTOS FIJOS

Gastos generales de administración

Semestre

CUENTAS	0	1	2	3	4
Sueldos y salarios		4.246.919	4.246.919	4.246.919	4.246.919
Suministros de oficina		360.000	360.000	360.000	360.000
Servicios		1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000
Contador		1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000
Arriendos		9.000.000	9.000.000	9.000.000	9.000.000
Seguros inmobiliarios		660.000	660.000	660.000	660.000
Impuestos		462.750	462.750	462.750	462.750
Otros. ¿Cuáles? Insumos- Mantenimiento		900.000	900.000	900.000	900.000
Administracion		2.802.210	2.802.210	2.802.210	2.802.210
Transporte		300.000	300.000	300.000	300.000
Total Gastos ADM	0	21.731.879	21.731.879	21.731.879	21.731.879

Gastos de depreciación

Linea recta	0	1	2	3	4
Gasto Depreciación					
Edificios		0	0	0	0
Instalaciones Industriales		0	0	0	0
Maquinaria (10 años)		0	0	0	0
Equipos (5años)		201.550	201.550	201.550	201.550
Vehículos (5 años)		0	0	0	0

-Accesorios Chloé P 0739-Plan de Negocios

Muebles y enseres (10años)		197.545	197.545	197.545	197.545
Herramientas (3 años)		0	0	0	0
Otros. ¿Cuáles?		0	0	0	0
		0	0	0	0
Total Gastos Depreciación	0	399095	399095	399095	399095

Costos de operación y financiación

Semestre

periodo

Cuentas	0	1	2	3	4
Materiales e Insumos	0	22.149.638	22.149.638	22.149.638	22.149.638
Otros	0	6.476.975	6.476.975	6.476.975	6.476.975
Mano de Obra Directa	0	9.510.667	9.510.667	9.510.667	9.510.667
Costos Indirectos de Fabricación	0	0	0	0	0
Depreciación	0	399.095	399.095	399.095	399.095
Costo de la Mercancia	0	38.536.375	38.536.375	38.536.375	38.536.375
Gastos Generales de Administración	0	21.731.879	21.731.879	21.731.879	21.731.879
Gastos Generales de Ventas y Distribución	0	0	0	0	0
Amortización de Diferidos	0	352.413	352.413	352.413	352.413
Gastos Operativos	0	22.084.292	22.084.292	22.084.292	22.084.292
Costos de Operación	0	60.620.667	60.620.667	60.620.667	60.620.667
Costos de Financiación	0	3.000.000	2.250.000	1.500.000	750.000
Total Costos de Operación y Financiación	0	63.620.667	62.870.667	62.120.667	61.370.667

8.2.2.3 Gastos

Los gastos administrativos son los costos fijos anexados anteriormente

Amortización de diferidos

CUENTAS	0	1	2	3	4
Gastos Pre-Operativos		352.413	352.413	352.413	352.413
Otros. ¿Cuáles?		0	0	0	0
		0	0	0	0
		0	0	0	0
Total Amortización Diferidos	0	352413	352413	352413	352413

8.2.2.4 Gastos Financieros

Costos financieros y pago de prestamos

Semestre

CUENTAS	0	1	2	3	4
Intereses		3.000.000	2.250.000	1.500.000	750.000
Comisiones		0	0	0	0
Manejo de cuentas		0	0	0	0
Otros. ¿Cuáles?	0	0	0	0	0
		0	0	0	0
		0	0	0	0
Total Costos Financieros	0	3000000	2250000	1500000	750000
Pago Prestamos		0	0	0	0
Pagos de Capital		5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000

Otros. ¿Cuáles?	0	0	0	0	0
		0	0	0	0
Pagos de Capital	0	5000000	5000000	5000000	5000000

8.3 Estados Financieros Proyectados

8.3.1 Flujo de Caja

Semestre

CUENTAS		1	2	3	4
Ingresos (Aplicables a Impuesto)		72.327.90 0	72.327.90 0	72.327.90 0	72.327.90 0
Venta de productos, subproductos y desechos		72.327.90 0	72.327.90 0	72.327.90 0	72.327.90 0
Egresos (Descontables de Impuesto)		62.869.15 9	62.119.15 9	61.369.15 9	60.619.15 9
Costos Variables		38.137.28 0	38.137.28 0	38.137.28 0	38.137.28 0
Costos Generales de Fabricación					
Gastos Generales de Administración		21.731.87 9	21.731.87 9	21.731.87 9	21.731.87 9
Gastos Generales de Ventas y Distribución					
Gastos Financieros		3.000.000	2.250.000	1.500.000	750.000
Gastos No Desembolsables		751.508	751.508	751.508	751.508
Gastos de Depreciación		399.095	399.095	399.095	399.095
Amortización de Diferidos		352.413	352.413	352.413	352.413
Utilidad Antes de Impuestos		8.707.233	9.457.233	10.207.233	10.957.233
Impuestos 33,80%		2.943.045	3.196.545	3.450.045	3.703.545
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO		5.764.188	6.260.688	6.757.188	7.253.688
Ajustes por Gastos No Desembolsables		751.508	751.508	751.508	751.508
Depreciaciones		399.095	399.095	399.095	399.095
Diferidos		352.413	352.413	352.413	352.413

-Accesorios Chloé P 0739-Plan de Negocios

Ingresos (No Aplicables a Impuesto)	20.000.00 0				
Prestamos	20.000.00 0				
venta maquinaria, equipo, recuperación Capital de trabajo, etc.					
Egresos (No Descontables de Impuesto)	25.031.53 9	5.000.000	5.000.000	5.000.000	- 10.533.01 4
Pago Deudas		5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000
Inversiones Fijas	5.974.400				
Gastos Pre-operativos	3.524.125				
Capital de Trabajo	15.533.01 4				- 15.533.01 4
FLUJO DE CAJA	-5.031.539	1.515.696	2.012.196	2.508.696	18.538.21 0

8.3.2 Estado de Perdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

CUENTAS		0	1	2	3	4
+	Ingresos por concepto de Ventas	0	72.327.90 0	72.327.90 0	72.327.90 0	72.327.90 0
-	Costo Directos (Variables)	0	38.137.28 0	38.137.28 0	38.137.28 0	38.137.28 0
-	Costos Indirectos de Fabricación	0	0	0	0	0
-	Gastos Depreciación	0	399.095	399.095	399.095	399.095
=	Utilidad Bruta en Ventas	0	33.791.52 5	33.791.52 5	33.791.52 5	33.791.52 5
-	Gastos Generales de Administración	0	21.731.87 9	21.731.87 9	21.731.87 9	21.731.87 9
-	Gastos Generales de Ventas y Distribución	0	0	0	0	0
-	Amortización de diferidos	0	352.413	352.413	352.413	352.413
=	Utilidad Operativa	0	11.707.23 3	11.707.23 3	11.707.23 3	11.707.23 3
+	Otros Ingresos	0	0	0	0	0

-	Otros egresos	0	0	0	0	0
-	Costos de Financiación	0	3.000.000	2.250.000	1.500.000	750.000
=	Utilidad Antes de Impuestos	0	8.707.233	9.457.233	10.207.233	10.957.233
-	Impuestos	0	2.943.045	3.196.545	3.450.045	3.703.545
=	UTILIDAD NETA	0	5.764.188	6.260.688	6.757.188	7.253.688
-	Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0
=	Utilidades no Repartidas	0	5.764.188	6.260.688	6.757.188	7.253.688
	Utilidades no Repartidas Acumuladas	0	5.764.188	12.024.877	18.782.065	0

8.3.3 Balance General

Cuentas	0	1	2	3	4
Activos					
Activos Corrientes					
Efectivo	28.088.092	29.603.789	31.615.985	34.124.682	0
Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0
Inventario de Materias Primas	0	0	0	0	0
Inventario de Productos en Proceso	0	0	0	0	0
Inventario de Productos Terminados	0	16.071.534	16.071.534	16.071.534	16.071.534
Total Activos Corrientes	28.088.092	45.675.323	47.687.520	50.196.216	16.071.534
Activos Fijos					
Terrenos	0	0	0	0	0
Edificios	0	0	0	0	0
Instalaciones industriales	0	0	0	0	0
Maquinaria	0	0	0	0	0
Equipos	2.015.500	1.813.950	1.612.400	1.410.850	0

-Accesorios Chloé P 0739-Plan de Negocios

Vehiculos	0	0	0	0	0
Muebles y Enseres	3.958.900	3.761.355	3.563.810	3.366.265	0
Herramientas	0	0	0	0	0
Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0
Total Activos Fijos	5.974.400	5.575.305	5.176.210	4.777.115	0
Activos Diferidos					
Gastos Pre-Operativos	3.524.125	3.171.712	2.819.299	2.466.886	0
Total Activos Diferidos	3.524.125	3.171.712	2.819.299	2.466.886	0
ACTIVOS TOTALES	37.586.617	54.422.340	55.683.029	57.440.217	16.071.534
Pasivo y Patrimonio					
Pasivo					
Pasivo Corriente	0	28.626.613	28.626.613	28.626.613	28.626.613
Prestamos a Corto, Mediano y Largo Plazo	20.000.000	15.000.000	10.000.000	5.000.000	0
PASIVO TOTAL	20.000.000	43.626.613	38.626.613	33.626.613	28.626.613
Patrimonio					
Capital Social	5.031.539	5.031.539	5.031.539	5.031.539	0
Reservas	0	5.764.188	12.024.877	18.782.065	0
TOTAL PATRIMONIO	5.031.539	10.795.727	17.056.416	23.813.604	0
PASIVO mas PATRIMONIO	25.031.539	54.422.340	55.683.029	57.440.217	28.626.613

8.4 Fuentes y uso de efectivo

Semestre	periodo				
	0	1	2	3	4
Entradas de Efectivo					
Recursos Financieros	25.031.539	0	0	0	0
Ingreso por ventas	0	72.327.900	72.327.900	72.327.900	72.327.900

-Accesorios Chloé P 0739-Plan de Negocios

Valor de desecho del proyecto (ultimo año)	0	0	0	0	4.378.020
Recuperación Capital de Trabajo	0	0	0	0	15.533.014
TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO	25.031.539	72.327.900	72.327.900	72.327.900	92.238.934
Salidas de Efectivo					
Incremento de Activos Totales	25.031.539	0	0	0	- 15.533.014
Costos de Operación, depreciación y amortizacion diferidos	0	59.869.159	59.869.159	59.869.159	59.869.159
Costos financieros	0	3.000.000	2.250.000	1.500.000	750.000
Pago de Prestamos	0	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000
Impuestos	0	2.943.045	3.196.545	3.450.045	3.703.545
Utilidades Repartidas	0	0	0	0	0
TOTAL SALIDAS DE EFECTIVO	25.031.539	70.812.204	70.315.704	69.819.204	53.789.690
Entradas menos Salidas	0	1.515.696	2.012.196	2.508.696	38.449.244
ACUMULADO DE EFECTIVO	0	1.515.696	3.527.893	6.036.589	0

8.5 Capital de trabajo

Semestre	periodo				
CALCULO CAPITAL DE TRABAJO	0	1	2	3	4
ACTIVO CORRIENTE	0	44.159.627	44.159.627	44.159.627	44.159.627
Efectivo en caja	0	28.088.092	28.088.092	28.088.092	28.088.092
Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0
Existencia Materiales e Insumos	0	0	0	0	0
Existencia Productos en proceso	0	0	0	0	0
Existencia Producto Terminado	0	16.071.534	16.071.534	16.071.534	16.071.534
PASIVO CORRIENTE	0	28.626.613	28.626.613	28.626.613	28.626.613
Cuentas por Pagar	0	0	0	0	0

-Accesorios Chloé P 0739-Plan de Negocios

Provee. Materiales e Insumos	0	28.626.613	28.626.613	28.626.613	28.626.613
Mano de Obra Directa	0	9.510.667	9.510.667	9.510.667	9.510.667
Cistos Indirectos de Fabricación	0	0	0	0	0
Gastos Generales de Administración	0	0	0	0	0
Gastos Genrales de ventas y Distribución	0	0	0	0	0
Capital Trabajo (AC-PC)	0	15.533.014	15.533.014	15.533.014	15.533.014
Incremento Capital de Trabajo	15.533.014	0	0	0	- 15.533.014

8.6 Evaluación financiera del proyecto

8.6.1 Valor Presente Neto

Semestre

Periodos

FLUJO DE CAJA		0	1	2	3	4
		-5.031.539	1.515.696	2.012.196	2.508.696	18.538.210
Tasa de Descuento (Costo de Capital)		25,00%	Escala de Variación 1,00%			
Valor Presente Neto (25,00%)		6.346.528				

Análisis de la Sensibilidad

Variación de la tasa de descuento (costo capital)

Periodos

	0	1	2	3	4
Variación Valor Presente Neto (VPN)	24,00%	23,00%	22,00%	21,00%	20,00%
	6.656.411	6.978.192	7.312.442	7.659.766	8.020.801
Variación Valor Presente Neto (VPN)	26,00%	27,00%	28,00%	29,00%	30,00%
	6.048.003	5.760.324	5.483.008	5.215.594	4.957.647

8.6.2 Tasa Interna de Retorno

Semestre	Periodos				
	0	1	2	3	4
FLUJO DE CAJA	-5.031.539	1.515.696	2.012.196	2.508.696	18.538.210
TASA INTERNA DE RETORNO	61,49%				

8.6.3 Indicadores Financieros proyectados

Semestre	periodo					
Indicador	Unidad	0	1	2	3	4
Indicadores de Liquidez						
Razón Corriente	Nro Veces		1,60	1,67	1,75	0,56
Razón o Prueba Acida	Nro Veces		1,03	1,10	1,19	0,00
Respaldo de Activos Fijos	Nro Veces	0,30	0,37	0,52	0,96	
Rotación de activo corriente o circulante	Nro Veces		0,63	0,66	0,69	0,22
Rotación de inventario de productos terminados	Nro Veces		2,40	2,40	2,40	2,40
Indicadores de Rentabilidad						
Rendimiento bruto en ventas	%		12,04%	13,08%	14,11%	15,15%
Rendimiento operativo en ventas	%		16,19%	16,19%	16,19%	16,19%
Rendimiento neto en ventas	%		7,97%	8,66%	9,34%	10,03%
Rentabilidad del Patrimonio	%	0,00%	53,39%	36,71%	28,38%	
Rentabilidad de la Inversión	%	0,00%	10,59%	11,24%	11,76%	45,13%
Indicadores de Endeudamiento						
Endeudamiento total	%	53,21%	80,16%	69,37%	58,54%	178,12%
Endeudamiento a corto plazo	%	0,00%	52,60%	51,41%	49,84%	178,12%
Endeudamiento a largo plazo	%	53,21%	27,56%	17,96%	8,70%	0,00%

Índice de participación patrimonial	%	13,39%	19,84%	30,63%	41,46%	0,00%
Cobertura del activo fijo	%	84,22%	193,63%	329,52%	498,49%	
Razón deuda a largo plazo a Capitalización	%	79,90%	58,15%	36,96%	17,35%	

8.6.4 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Semestre

periodo

FLUJO DE CAJA	0	1	2	3	4
	-5.031.539	1.515.696	2.012.196	2.508.696	18.538.210
Tasa Interna de Retorno	61,49%				
Variación Porcentual de la Demanda	100,00%				
Variación Porcentual del Precio	100,00%				

9 CONSIDERACIONES FINALES

Los objetivos del estudio se alcanzaron y se logro definir que le proyecto si es viable y rentable. Algo para tener en cuenta es que se presentara disminucion de costos directos de producción porque se planea buscar nuevos proveedores y obtener descuentos y menores precios de los insumos como la platería, lo que bajara nuestros costos y podremos obtener mayor rentabilidad ya que no habrá mayor variación del precio manejando los mismos márgenes de contribución.

10 ANEXOS

Anexo 1. Encuesta

ENCUESTA PARA EL MONTAJE Y PUESTA EN MARCHA UN PUNTO DE VENTA DE ACCESORIOS PARA MUJER

1. Estrato socioeconómico

- 4
- 5
- 6
-

2. Visita usted almacenes de bisutería

- SI
- NO
-

3. Que artículos compra usted con mayor frecuencia en un almacén de bisutería.

- a. collares
- b. aretes
- c. pulseras
- d. anillos
- e. correas

4. Con que frecuencia compra usted estos artículos

- a. semanal
- b. quincenal
- c. mensual
- d. otra Cual _____

5. Cuanto estaría usted dispuesta a pagar por los artículos de bisutería.

- a. 15000-18000
- b. 18050-25000
- c. 25050 en adelante

6. En el momento de la compra que modalidad de pago utiliza

- a. contado
- b. plan separe
- c. tarjeta debito

7. En el momento de la compra de los artículos de bisutería, señale los factores importantes

- a. precio
- b. garantía
- c. ubicación de la tienda
- d. La atención que se recibe
- e. variedad y diseño

RESULTADOS ENCUESTA

Estos fueron los porcentajes que encontramos

1. 4: 37.5%

5: 37.5%

6: 25%

2. **SI: 77.5%**

NO: 22.5%

3. A: 32.2%

B: 90%

C: 27.5%

D: 15%

E: 22.5%

4. A: 12.5%

B: 15%

C: 45%

D: 27.5%

5. A: 57.5%

B: 37.5%

C: 12.5%

6. **A: 90%**

B: 2.5%

C: 25%

7. A: 57.5%

B: 20%

C: 25%

D: 32.5%

E: 85%

Según esta encuesta podemos encontrar que:

- El producto más comercial en una tienda de bisutería serían los aretes seguidos de los collares
- Las mujeres prefieren comprar mensual artículos de belleza
- No solo prefieren pagar de contado sino que también les atrae más un almacén donde los precios sean asequibles, esto se puede ver en varias de las preguntas que formulamos donde se muestra también como un aspecto importante la variedad y el diseño.

Anexo 2. Cotizaciones proveedores

**ALMACEN:
MELENDEZ
ARTRESANIAS**

INSUMOS	MATERIA PRIMA	UNIDAD	DOCENA
argollas grande	fantasia		100 (150) mtr
argollas mediana	fantasia		
argollas pequeña	fantasia		
cadenas	fantasia		800 mtr
murano #4			
murano #5			
murano #6			
pico de loro pque	fantasia	100	100 docena
pico de loro grand	fantasia		
pescador		100	1000 docena
tapanudos	fantasia	100 par	1000
conectores	fantasia	6 personas	500- 70 gr
balines:	fantasia		500 por 10 gr
1			
2			
3			
4			
herraje	100-800		
1			
2			
3			
alfiler	fantasia	50 par	500
hilo de plata	fantasia	1600 gr.	
alambre:	fantasia		
1			
2			
pedras:			
1			
2			
3			
4			
5			
separadores	fantasia	100 -800	
1			

-Accesorios Chloé P 0739-Plan de Negocios

2			
3			
aros anillo	fantasía		
1			
2			
aros pulsera	fantasía		
1			
2			

ALMACEN MARIA C Nº 2

INSUMO	UNIDAD	DOCENA	GRAMO
argollas grande	550		
argollas mediana	400		1500
argollas pequeña			1500
cadenas			2200
murano #4	115	1400	
murano #5	180	2200	
murano #6	280	3400	
pico de loro pque	1500		
pico de loro grand	3900		
pescador	775		1500
tapanudos	800 (par)		
conectores	150		
balines:			2000
1			
2			
3			
4			
herraje			1500
1			
2			
3			
alfiler	200 + (par)		1500
hilo de plata			1500
alambre:			
1			
2			
pedras:			
1	1800		
2	700		
3	2200		
4			
5			

-Accesorios Chloé P 0739-Plan de Negocios

separadores			
1	4000		
2	2000		
3			2400
4			3000
aros anillo			
1			1500
2			
aros pulsera			
1			
2			

PUNTO FINO

INSUMO	UNIDAD	DOCENA	GRAMO
argollas grande			1600
argollas mediana			1600
argollas pequeña			1600
cadenas			2000-2600
murano #4		1300	
murano #5		2000	
murano #6		3050	
pico de loro pque	700		2100
pico de loro grand	1200		2100
pescador	1700 (par)		1600 (nal)-1800(tai)
topo	1000		
tapanudos	900 (par)		
conectores			2000
balines:			2000
1		2000	
2		2000	
3		2000	
4		2000	
herraje	2500-6000		
1			
2			
3			
alfiler			1600
hilo de plata			1600
alambre:			
1			
2			
pedras:	9000-38000		
1	según la piedra		
2	puede traer		

3	entre		
4	20-22 und		
5			
separadores	500		
1			
2			
3			
4			
aros anillo			1600
1			
2			
aros pulsera			
1			
2			

**PLATERIA
J.I.M.Y.**

INSUMO	UNIDAD	DOCENA	GRAMO
argollas grande			1600
argollas mediana			1600
argollas pequeña			1600
cadenas			2200
murano #4	115	1380	
murano #5	170	2040	
murano #6	270	3240	
pico de loro pque	1000	12000	
pico de loro grand	1500	18000	
pescador			
topo			
tapanudos			1600
conectores			2000
balines:			
1			2100
2			2000
3			1900
4			1800
herraje			
1			1600
2			1600
3			
alfiler			
hilo de plata			
alambre:			
1			

-Accesorios Chloé P 0739-Plan de Negocios

2			
piedras:			
1			
2			
3			
4			
5			
separadores			
1			1600
2			1600
3			1600
4			
aros anillo			
1	3500	42000	
2	4500	54000	
3	6500	70000	
aros pulsera			
1			
2	3800	45000	

\$150.000 en adelante 5% descuento

**ALMACEN:
EL MUNDO DE LA
PLATA**

INSUMOS	MATERIA PRIMA	UNIDAD	DOCENA	GRAMO	AL X MAYOR
argollas grande	plata	5 unid		1	1600
argollas mediana	plata	8 unid			1600 gr
argollas pequeña	plata	18 unid			1600 gr
cadenas	plata				2100 -1900 - 1600 gr
murano #4			x		1500 gr
murano #5			x		2200 gr
murano #6			x		3100 gr
pico de loro pque	plata	x			800 gr

-Accesorios Chloé P 0739-Plan de Negocios

pico de loro grand	plata	x			1120 gr
pescador		par			950 gr
tapanudos	plata	2 pares			1600 gr
conectores	plata				
balines:	plata				
1					1700 gr
2					1700 gr
3					1600 gr
4					
herraje					
1					1600 gr
2					1600 gr
3					1600 gr
alfiler	plata				1600 gr
hilo de plata	plata				
alambre:	plata				
1					
2					
pedras:					
1					
2					
3					
4					

-Accesorios Chloé P 0739-Plan de Negocios

5					
separadores	plata				1800 gr
1					2000 gr
2					1700 gr
3					
aros anillo	plata				1600 gr
1					1600 gr
2					
aros pulsera	plata				1600 gr
1					1600 gr
2					

Cotización samsara

Samsara

Las gemas o piezas de vitro varían de precios dependiendo de la complejidad del diseño, del calibre del vidrio a utilizar y, obviamente, las cantidades a ser solicitadas. En el momento tenemos piezas que van desde los \$550 hasta piezas (para accesorios) de \$13.000 (juegos de piedras para aretes y dije).

Vende por unidad después de seis gemas de la misma referencia baja el costo al por mayor

CARLOS

Gerente

SAMSARA

BEDOYA

GLASS

Comprometidos con el Medio Ambiente

Teléfonos: 250-2723 / Fax: 250-2291 y mi cel. 315-5074249

Cotización ilapso

Ilapso

Hola Buenos días,,

Nosotros todo el tiempo estamos cambiando de colores, por lo que los colores disponibles te los enviamos a la hora de hacer el pedido para que puedas escoger. A partir de 6 unidades de cada referencia te damos los siguientes precios:

Aretes:	\$9.500	(gancho en plata)
Pulseras:	\$9.500	
Collares:	\$13.000	(con guaya o cadena en aluminio resistente al agua)
Bolsos:	\$35.000	
Agendas:	\$13.000	(60 hojas aprox. Totalmente en blanco)

Si estas interesada, yo te envié los colores disponibles tu me haces el pedido y la consignación y yo te envié. Si el pedido esta listo el envié se demora de un día para otro, si hay algo que falta yo te comunico el tiempo de entrega.

El costo del envié lo asumes tu y nosotros asumimos el costo del giro. Este material es muy liviano por lo que el costo del envié es bastante económico.

Muchas gracias por tu interés, quedo pendiente de tu respuesta,

Bibiana Acosta

iLAPSO

mobiliario y diseño

2 32 60 34 * 312 3 79 47 25

carrera 20 # 33A - 12

bogota * colombia

EMPAQUES

IDEA BOX				
ITEM	REFERENCIA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
79	BOLSA DE 24 X 12 CMS	500	\$ 860	\$ 430.000
	Tinta: 4 x 0	1.000	\$ 460	\$ 460.000
	Material: propalcote 320 grms			
	Acabados: barniz mate, troquelado			
	BOLSA DE 12 X 6 CMS	500	\$ 830	\$ 415.000
	ABIERTO	1.000	\$ 435	\$ 435.000
	Tinta: 4 x 0			
	Material: propalcote 320 grms			
	Acabados: barniz mate, troquelado			
BOLSA DE 45 X 30 CMS	500	\$ 1.210	\$ 605.000	
ABIERTO	1.000	\$ 735	\$ 735.000	
Tinta: 4 x 0				
Material: propalcote 320 grms				
Acabados: barniz mate, troquelado				
Tiempo de entrega: A convenir		Validez: 8 días	Forma de Pago: Contado	
			16%	

Anexo 3. Análisis ventas competencia

ANALISIS VENTAS COMPETENCIA

ETNICO -----23,3 %

URBANO -----30 %

CLASICO -----23,3%

BOLSOS -----23,3 %

ETNICO

- Anillo --- 14%
- Aderezo ----16 %
- Pulseras ----14 %
- Aretes -----14 %
- Cinturones ---14%
- Broches ----14 %
- Llaveros ----14 %

URBANO

- Anillo --- 14%
- Aderezo ----16 %
- Pulseras ----14 %
- Aretes -----14 %
- Cinturones ---14%
- Broches ----14 %
- Llaveros ----14 %

CLASICO

- Anillo --- 14%
- Aderezo ----16 %
- Pulseras ----14 %
- Aretes -----14 %

Ciclo de producción competencia

Mes	Alto	Medio	Bajo	% Participación
Enero			X	5%
Febrero		X		7%
Marzo		X		7%
Abril		X		7%
Mayo		X		7%
Junio	X			10%
Julio		X		7%
Agosto		X		7%
Septiembre		X		7%
Octubre	X			10%
Noviembre	X		x	10%
Diciembre	X			15%

Anexo 4. Análisis productos frente a la competencia

Análisis de los productos a elaborar frente a la competencia: Producto igual, similar o sustit

Análisis de la Competencia	Aderezo fantasía			Pulsera de cristal			Anillo cristal
	Maria Camila mesa	Juliana Gutiérrez	lime blue	Maria Camila	Juliana Gutiérrez	lime blue	Maria Camila
Precio (Valor en \$)	47500	40000	0	27500	0	0	
Presentación (Puntaje 1 al 10)	10	10	0	10	0	0	
Calidad (Puntaje 1 al 10)	10	10	0	10	0	0	
Disponibilidad (Puntaje 1 al 10)	10	10	0	10	0	0	

Análisis de los productos a elaborar frente a la competencia: Producto igual, similar o sustit

Variables a Analizar	variables cuantitativas						
	Ilapso	Moda visual artesanal	platería Maria jose	mund o de la plata	Maria c N2	Meléndez artesanías	Distribuidoras de chaquiras
Precio	bajo	medio	medio	medio	medio	medio	medio
plazo de pago	0	10 dias	10 dias	0	0	0	
variedad	10	10	6	10	10	10	

-Accesorios Chloé P 0739-Plan de Negocios

Cumplimiento	9	10	10	10	9	10
--------------	---	----	----	----	---	----

Variales a Analizar							
	llapso	Moda visual artesanal	plateria maria jose	mund o de la plata	maria c N2	MELENDE Z ARTRESA NIAS	Distribuido
materia prima	10	10	10	10	10	10	
variedad	10	10	6	10	10	10	
presentacion	10	10	6	10	6	8	
garantia	0	0	0	0	0	0	

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- **MORALES C, Carlos Mario**. Notas de Clase. Medellín: 2008
- www.dane.gov.co Censo 2005

<http://190.25.231.242/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CG2005BASICO&MAIN=WebServerMain.inl>

- www.camaramed.org.co