



---

# VESTIDOS DE BAÑO COLOMBIANOS

---

SPICY SWIM SUIT

**Vestidos de Baño**  
**Plan de Negocios**

## **CONTENIDO**

- 1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO**
- 2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS**
- 3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA**

- 3.1 Nombre de la Empresa
- 3.2 Descripción de la Empresa
- 3.3 Misión de la Empresa
- 3.4 Objetivos General y Específicos
- 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 Conocimientos para entrar en el Negocio

### **4. ANÁLISIS 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
- 4.4 El Mercado Consumidor
- 4.5 Estudio del Mercado de Proveedor
- 4.6 El Mercado Competidor
  - 4.6.1 Competidores
  - 4.6.2 Estudio del Mercado Competidor
- 4.7 El Mercado Distribuidor
  - 4.7.1 Distribución
    - 4.7.2 Distribución Directa
    - 4.7.3 Manejo de Inventarios
    - 4.7.4 Comunicación
    - 4.7.5 Actividades de Promoción y divulgación
- 4.8 Precios de los productos
  - 4.8.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos
    - 4.8.1 Los Precios de los productos tomando como base los Costos
    - 4.8.2 Los precios de los producto propuestos

- 4.8.3 Política de precios
- 4.9 Costos Asociados a las actividades de comercialización
- 4.10 Riesgos y Oportunidades del mercado
- 4.11 Plan de Ventas
- 4.12 Estrategias de Comercialización
- 4.13 Informe del estudio de mercado

## **5. ASPECTOS TÉCNICOS**

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

## **6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS**

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

## **7. ASPECTOS LEGALES**

- 7.1** Tipo de Organización empresarial
- 7.2** Certificaciones y gestiones ante entidades públicas
- 7.3** Informe Organizacional y legal

## **8. ASPECTOS FINANCIEROS**

- 8.1** Estructura Financiera del proyecto
  - 8.1.1** Recursos Propios
  - 8.1.2** Créditos y Préstamos 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 y Gastos
- 8.3** Estados Financieros Proyectados
  - 8.3.1** Flujo de Caja Mensual
  - 8.3.2** Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)
- 8.4** Evaluación financiera del proyecto
  - 8.4.1** Valor Presente Neto
  - 8.4.2** Tasa Interna de Retorno
  - 8.4.3** Punto de Equilibrio

## **9. CONSIDERACIONES FINALES**

**VOCABULARIO**

**ANEXO**

**BIBLIOGRAFIA**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Teniendo en cuenta las necesidades actuales de las mujeres de resaltar su figura y al mismo tiempo sobresalir se ha desarrollado la idea que dará solución a esta necesidad; a través de la empresa Spicy Swim Suit la cual diseñado el vestido de baño perfecto con un estilo muy Colombiano.

El proyecto que se planea inicialmente para el mercado nacional –Colombia y en el mercado internacional- Costa Rica se tiene una proyección de ventas de 2,000 Unidades mensuales repartidas en 1,000 para el mercado nacional y 1,000 para el mercado Internacional.

De acuerdo al estudio técnico, administrativo y legal las inversiones requeridas en activos fijos ascienden a \$ 25.662.732,5 y y en Capital de trabajo \$ \$ 53.884.999 serán financiadas por el grupo de integrantes y los gastos pre operativo \$ 17.566.366, será financiado por crédito bancario.

Los ingresos por concepto de ventas mensuales ascienden a 70.000.000 de pesos y la rentabilidad esperada asciende a \$ 1.942.031 en el primer mes, aumentando progresivamente mes a mes. Esta rentabilidad es bastante buena para pagar las obligaciones y ahorrar para el crecimiento y adquisición de activos fijos.

El valor presente neto asciende a \$6.831.697 lo quiere decir que La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida. La tasa interna de retorno es de 3,89 % lo cual quiere decir que el proyecto podría ser aceptado, al generar ganancias y retorno de la inversión. El punto de equilibrio al cual se debe trabajar para este proyecto es de 1,743 unidades,\$ 61,380,111 en pesos.

## 1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

|  |                              |                            |                         |                 |            |
|--|------------------------------|----------------------------|-------------------------|-----------------|------------|
| <b>Nombre y Apellidos:</b> ALEJANDRA VÉLEZ SÁNCHEZ |                              |                            |                         |                 |            |
| <b>Identificación:</b>                             | 1.28.422.404                 | <b>Teléfono:</b>           | 3417162                 | <b>Celular:</b> | 3002424352 |
| <b>Dirección:</b>                                  | Diagonal 75d n° 221 casa 161 |                            | <b>Barrio:</b>          | La mota         |            |
| <b>Ciudad</b>                                      | Medellín                     | <b>Correo electrónico:</b> | Alejitave42@hotmail.com |                 |            |
| <b>Estudios:</b>                                   | <b>Técnicos</b> ningún       |                            |                         |                 |            |
| <b>Tecnológicos:</b>                               | En formación                 |                            |                         |                 |            |

|  |                           |                            |                     |                 |            |
|--|---------------------------|----------------------------|---------------------|-----------------|------------|
| <b>Nombre y Apellidos:</b> LUIS MIGUEL GUERRA SUAREZ |                           |                            |                     |                 |            |
| <b>Identificación:</b>                               | 1..128.274.474.           | <b>Teléfono:</b>           | 4062754             | <b>Celular:</b> | 3003391028 |
| <b>Dirección:</b>                                    | Carrera 14 n° 969 Barbosa |                            | <b>Barrio:</b>      | La Bomba        |            |
| <b>Ciudad</b>  | Barbosa                   | <b>Correo electrónico:</b> | Luixx11@hotmail.com |                 |            |
| <b>Estudios:</b>                                     | <b>Técnicos</b> Sistemas  |                            |                     |                 |            |
| <b>Tecnológicos:</b>                                 | En formación              |                            |                     |                 |            |

|   |                 |                            |  |                       |  |
|---|-----------------|----------------------------|--|-----------------------|--|
| <b>Nombre y Apellidos:</b> ANA MILENA GALLO |                 |                            |  |                       |  |
| <b>Identificación:</b>                      |                 | <b>Teléfono:</b>           |  | <b>Celular:</b>       |  |
| <b>Dirección:</b>                           |                 |                            |  | <b>Barrio:</b>        |  |
| <b>Ciudad</b>                               |                 | <b>Correo electrónico:</b> |  |                       |  |
| <b>Estudios:</b>                            | <b>Técnicos</b> | <b>Tecnológicos</b>        |  | <b>Universitarios</b> |  |
| <b>Otros Estudios:</b>                      |                 |                            |  |                       |  |

## **PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS**

Este plan de negocios se hace con el objetivo de realizar el trabajo de grado para obtener el título de Tecnólogos en Comercio Internacional y al mismo tiempo aprovechar la oportunidad de desarrollar una idea de negocios que creemos es factible realizarla posteriormente teniendo en cuenta el entorno económico actual que impone la creación de nuevas empresas para progresar en un ámbito social en el que es difícil sobrevivir.

El proyecto busca entre otras cosas desarrollar habilidades tales como la investigación de mercados, el análisis de los competidores y el entendimiento de cómo funcionan las empresas y la dificultad que implica crear una empresa desde cero, la formación en todo lo referente a el manejo de los mercados internacionales.

Como otros propósitos se busca tener una visión más clara de los requisitos que se necesitan para la creación de una empresa, y tener contacto directo con lo que son documentos, certificados, cotizaciones y los requisitos que se le exigen a las empresas para su constitución legal.

A través de todo esto el plan busca darle al estudiante una visión clara de a lo que se enfrentara en el mundo laboral y competitivo a través de una experiencia constructiva en la creación de su propia empresa y teniendo que lidiar con todos los obstáculos legales y de competencia con los que tienen que lidiar diariamente los empresarios de hoy en día, todo con el motivo de educar mejores empresarios más conscientes de lo que implica la competitividad para las empresas del futuro.



### **3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA**

#### **3.1 Nombre de la Empresa**

Spicy Swim Suit

#### **3.2 Descripción de la Empresa**

“*Spicy Swim Suit*”, Es una compañía inicialmente clasificada como de tipo microempresa dedicada al diseño, producción y comercialización de vestidos de baño. En el desarrollo y cumplimiento de tal objeto puede hacer en su propio nombre o por cuenta de terceros o con participación de ellos, toda clase de operaciones comercial, sobre bienes muebles o inmuebles y construir cualquier clase de gravamen, celebrar contratos con personas naturales o jurídicas, efectuar operaciones de préstamos, cambio, exportación e importación, descuento, cuentas corrientes, dar o recibir garantías y endosar, adquirir y negociar títulos valores.

#### **3.3 Misión de la Empresa**

“*Spicy Swim Suit*”, Es una compañía cuyo objetivo principal es brindar satisfacción estética a las Mujeres brindando comodidad e innovadores diseños todo esto para la comodidad bienestar y complacencia del cliente y de este modo lograr el desarrollo integral de los empleados, la estabilidad de la empresa y contribuir al desarrollo socio-económico de la ciudad de Medellín.

#### **3.4 Objetivos**

##### **General**

Crear una empresa en la ciudad de Medellín que se dedique al desarrollo e innovación de vestidos de baño generando diseños exclusivos y económicos para las mujeres, produciendo con los mejores estándares de calidad y teniendo en cuenta las normas legales que para este tipo de empresa se contempla en la legislación Colombiana; logrando sostenerse en el mercado por un periodo mínimo de 15 años, generando un impacto social favorable para la comunidad aledaña y al mismo tiempo generando rentabilidad y crecimiento.

## **Específicos**

1. Creación Legal de la Empresa ante entidades como la DIAN y la Cámara de Comercio
2. Documentar los procesos y demás requisitos para obtener las normas ISO 9001-2008 y BASC.
3. Obtener Reconocimiento y Liderazgo del mercado como una empresa con solidez, trayectoria que Innova constantemente obteniendo utilidades significativas en un rango entre 20-40% anual.
4. Devolver beneficios a la comunidad en un rango entre 0.5% - 1.5% de las utilidades.

### **3.5 Ventajas Competitivas**

- Producto económico
- Fácil distribución y manejo
- Producto 100% garantizado
- Firma de acuerdos exclusivos con proveedores y distribuidores.
- Reducción en los tiempos de entrega.

### **3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir**

El problema que soluciona este producto es la necesidad de las mujeres a sentirse cómodas en un vestido de baño, que se ajuste a su silueta perfectamente, resaltando su figura latina y que además luzca un diseño muy Colombiano pero con estilo.

### **3.7 Relación de productos y/o servicios**

Vestido de Baño diseño 1

### **3.8 Justificación del Negocio**

Luego de determinar que en el mercado existe una oportunidad, la compañía “*Spicy Swim Suit*” decidió dar marcha a su programa de investigación y lanzar al mercado los vestidos de baño Colombianos, con la esperanza de aprovechar el vacío del mercado y otorgar el producto a un precio muy económico, con los vestidos de baño Spicy se busca darle a las mujeres un nuevo estilo cómodo y muy innovador

### **3.9 Conocimientos para entrar en el Negocio**

Para entrar al negocio es necesario conocer de confección y diseño, además de técnicas administrativas para que este negocio prospere.

## **4. ANALISIS DEL MERCADO**

### **4.1 Objetivos de Mercadeo**

Largo plazo:

- Incremento y expansión en ventas en el territorio Colombiano
- Elevar el Reconocimiento de la empresa a nivel Nacional
- Diversificación del

Mediano plazo

- Aumento significativo del volumen de ventas en un rango entre 1% y el 2% mensual en el territorio Colombiano e internacional
- Promoción de productos en el mercado Colombiano
- Desarrollo de nuevos planes de mercadeo para determinar nuevos mercados

Corto plazo

- Lograr un volumen de ventas mínimo de 2.000 Unidades el primer año.
- Participación en eventos y ferias para dar a conocer la empresa y sus productos.
- Cautivar en el primer año por lo menos el 10% del mercado total de la ciudad de Medellín.

### **4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios**



Vestido de Baño Colombiano Basic: Pieza con anillo de plata metálica en el centro de cuerdas y extraíble que de Tiras en el cuello. Almohadillas removibles tallas s-m

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

Mujeres Colombianas principalmente de Medellín, y mujeres Costarricenses que se encuentren en un rango de edad entre 17-35 años, que sus ingresos no sean inferiores a un (1) salario mínimo mensual legal vigente, mujeres que se sientan con plena confianza de sí mismas que no sientan miedo a lucir diferentes combinaciones de colores y texturas de vestidos de baño basados en las últimas tendencias de la moda.

Medellín: Se localiza en el noroccidente del país en el centro del Valle de Aburrá, que se ubica en la Cordillera Central, y el cual está atravesado por el río Medellín.

Costa Rica: Costa Rica se encuentra al sur de América Central, en la zona Intertropical del planeta, Sus fronteras son: al Norte con Nicaragua, al Sur con Panamá, al Este con el Mar Caribe, y al Oeste con el Océano Pacífico.

Ciudad de exportación: SAN JOSE, Ubicada en el centro del país, específicamente sobre la meseta intervocálica llamada Valle Central, San José es el centro político, económico y social más importante del territorio nacional, así como el nudo principal para el transporte y telecomunicaciones

| Proyección crecimiento de la Población Femenina (Millones) / Mercado Meta | 2012       | 2013        | 2014        |
|---|------------|-------------|-------------|
| Medellín  | 1.266.416  | 1.279.388   | 1.292.162   |
| Costa Rica  | 2' 301 748 | 2. 327. 808 | 2. 353. 783 |

#### Fuentes

[http://www.dane.gov.co/daneweb\\_V09/index.php?option=com\\_content&view=article&id=307&Itemid=124](http://www.dane.gov.co/daneweb_V09/index.php?option=com_content&view=article&id=307&Itemid=124) – Departamento administrativo de estadística

<http://www.inec.go.cr/Web/Home/GeneradorPagina.aspx> - Instituto nacional de estadísticas y censos de Costa rica.

| Mercado / Año       | 2011             | 2012             | 2013             | 2014             |
|---------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Medellín            | 1.042.701        | 1.054.024        | 1.063.498        | 1.071.575        |
| San José Costa Rica | 21.593           | 21.791           | 21.980           | 22.173           |
| <b>TOTAL</b>        | <b>1.064.294</b> | <b>1.075.815</b> | <b>1.085.478</b> | <b>1.093.748</b> |

En el caso Colombiano estas proyecciones fueron realizadas tomando como base los resultados ajustados de población del Censo 2005, (Las proyecciones de población a nivel nacional y departamental se han elaborado mediante el “Método de Componentes Demográficos”

En el caso Costa Rica: en estas proyecciones se utilizó el método de “puntos pivote” para el periodo 2000 - 2100, y se realizó el análisis del comportamiento futuro de los componentes del cambio demográfico: fecundidad, mortalidad y migración.

Fuentes:

- [http://www.dane.gov.co/daneweb\\_V09/index.php?option=com\\_content&view=article&id=75&Itemid=72](http://www.dane.gov.co/daneweb_V09/index.php?option=com_content&view=article&id=75&Itemid=72) - DANE
- <http://www.inec.go.cr/Web/Home/GeneradorPagina.aspx>- Instituto Nacional de Estadística y censos de Costa Rica.

#### **4.4 Estudio del Mercado Consumidor**

##### **a) Objetivos del estudio del mercado consumidor Nacional**

- El grado de importancia que le dan las mujeres al diseño de su vestido de baño.
- Establecer el gusto por los estampados estilo Colombiano
- Establecer el gusto por los vestidos de baño enterizos
- Definir el rango de precios
- Hábitos de compra
- Donde compraría el producto.

##### **Objetivos del estudio del mercado consumidor Internacional**

- Demanda, Salario
- Características de los consumidores
- Panorama económico y político
- Exportaciones
- Regulaciones y normas

- Mercadeo de producto y servicios
- Logística y transporte

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

Encuesta, Proexport, Banco Mundial, Intelelexport

**c) Aplicación de la Medios**

La encuesta fue realizada en la ciudad de Medellín los días 26 al 28 de Abril de 2011, a una muestra seleccionada de 10 Mujeres entre los 18 a los 30 años.

**d) Resultados del estudio de los consumidores**

Población Consumidora Nacional

*Los resultados de la Encuesta fueron los siguientes:*

Al 100% de las mujeres les gusta un vestido de baño que resalte su silueta y además que tenga un diseño agradable, además de esto les atrae la idea de que el vestido de baño tenga un diseño Colombiano, a un 70% de las encuestadas les gusta llevar un vestido de baño enterizo, mientras que el 70% de ellas compra vestido de baño cada año y pagaría en un rango entre \$80.000 y \$120.000, el 90% de ellas prefiere comprarlo en Centros Comerciales.

Mercado Consumidor Internacional:

*Mercado Internacional Costa Rica:*

- Población y geografía

Costa Rica limita al norte con Nicaragua y al sur con Panamá, al sur este y oeste está rodeado por el mar Atlántico y Pacífico respectivamente. Una cadena volcánica bordea Centro América desde Nicaragua hasta Panamá, bifurcándose en Costa Rica

Costa Rica cuenta con 4.476.614 habitantes para el año 2007. Este total se encuentra distribuido equitativamente según el género, es decir, hay la misma cantidad de hombres que de mujeres aproximadamente. El 59% de la población se encuentra ubicada en las zonas urbanas del país, mientras que el 41% restante se encuentra en las zonas rurales. La mayoría de la población se encuentra establecida en la capital, San José, la cual se ha convertido en una ciudad muy importante por ser un seguro destino para la inversión

extranjera. En general, las condiciones de vida para los habitantes son buenas, ya que el 96% de estos tienen acceso a agua potable, la esperanza de vida llega hasta los 77,7 años y el salario mínimo mensual es de US\$ 300.

Más de la mitad de la población vive en este altiplano, que tiene fértiles suelos volcánicos. La costa Caribe tiene 212 km. de extensión y está caracterizada por manglares, playas arenosas y pantanos. La costa pacífica es más rocosa, y gracias a un número generoso de penínsulas y golfos, cuenta con 1.016 Km. de largo. San José, la capital, a 1.150 m. tiene un clima que la hace la ciudad de la eterna primavera: la temperatura más baja es de 15° centígrados y la más alta de 26°.

- Entorno Político

*Sistema Legal*

Basado en la Ley Civil.

Constitución Política adoptada el 9 de noviembre de 1949.

*Divisiones Administrativas*

Costa Rica está dividida en 7 provincias: Alajuela, Cartago, Guanacaste, Heredia, Limón, Puntarenas y San José.

*Ramas del Gobierno*

*Ejecutiva* (Presidente)

*Legislativa:* Unicameral la Asamblea Legislativa (57 escaños, cuyos miembros son elegidos por voto popular para un período de cuatro años).

*Judicial:* la Corte Suprema, los jueces son elegidos por el término de ocho años por la Asamblea Legislativa.

- Economía

La economía de Costa Rica es la 11° más grande en América Latina después de la de Brasil, México, Argentina, Colombia, Venezuela, Chile, Perú, República Dominicana, Guatemala y Ecuador. La economía estable de Costa Rica radica básicamente en el turismo, la agricultura y la exportación de equipos electrónicos, Según el banco mundial el PIB (US\$ a precios actuales) es de 29.239.504.920 \$ al año 2009

- IPC Costa Rica

El Índice de Precios al Consumidor de Costa Rica cerró 2009 con un 4.05% de inflación, la cifra más baja en los últimos 10 años



- Comercio Exterior

### Exportaciones Totales

| Año  | Exportaciones (Millones US\$) | Tasa interanual de crecimiento (%) |
|------|-------------------------------|------------------------------------|
| 2008 | 9.552,8                       | 2,2%                               |
| 2009 | 8.611,3                       | -9,9%                              |
| 2010 | 9.370,7                       | 8,8%                               |

Fuente: COMEX con cifras del BCCR y PROCOMER

### Importaciones Totales

| Año  | Importaciones (Millones US\$) | Tasa interanual de crecimiento (%) |
|------|-------------------------------|------------------------------------|
| 2008 | 15.373,5                      | 18,7%                              |
| 2009 | 11.394,7                      | -25,9%                             |
| 2010 | 13.569,6                      | 19,1%                              |

Fuente: COMEX con cifras del BCCR y PROCOMER

### Balanza Comercial Total

| Año  | Exportaciones | Importaciones | Saldo  |
|------|---------------|---------------|--------|
| 2008 | 9.553         | 15.374        | -5.821 |
| 2009 | 8.611         | 11.395        | -2.783 |
| 2010 | 9.371         | 13.570        | -4.199 |

Fuente: COMEX con base en cifras de PROCOMER & BCCR

### Inversión Extranjera Directa

| Año  | IED millones US\$ | Tasa de crecimiento |
|------|-------------------|---------------------|
| 2008 | 2.021,0           | 6,6%                |
| 2009 | 1.346,5           | -33,4%              |
| 2010 | 1.450,0           | 7,7%                |

Fuente: COMEX con base en cifras de BCCR

- Acuerdos Comerciales

Costa Rica, hace parte de Organizaciones comerciales y económicas con varios países. Algunas de estas, son las siguientes:

Miembro de la Organización Mundial del Comercio

Miembro del Mercado Común Centroamericano

Acuerdos Comerciales con:

- Centroamérica
- Chile
- México
- Tratado de Libre Comercio entre Costa Rica y Panamá
- República Dominicana
- Canadá
- Trinidad y Tobago (en proceso de ratificación)
- Estados Unidos, Centroamérica, R. Dominicana (CAFTA - RD)

#### 4. Negociaciones comerciales en proceso

ALCA:

Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea.

#### 5. Tratados Bilaterales de inversión vigentes:

- Alemania
- Argentina
- Canadá
- Chile
- China (Taiwán)
- Corea
- España
- Francia
- Gran Bretaña
- Holanda
- Paraguay
- República Checa
- Suiza
  
- Venezuela

- Regulaciones y normas ambientales, restricciones y requerimientos especiales.

### *Regulaciones y Normas Ambientales*

La mayoría de los productos no requieren licencias de importación; sin embargo, las medicinas, los cosméticos, productos químicos, alimentos procesados y bebidas requieren un permiso de importación del Ministerio de Salud. Las armas y las municiones requieren una licencia del Ministerio de Seguridad. Los únicos productos de prohibida importación son el combustible, el alcohol y las llantas sin neumático. En el caso de los étlicos sin desnaturalizar se requiere de una autorización de precursores del Ministerio de Salud y además, el Ministerio de economía realiza un control de la importación.

Los productos importados, en algunos casos, deben cumplir con algunos requisitos para ingresar al mercado costarricense, los más comunes son:

- Exigencias fitosanitarias y zoonosanitarias, reguladas por el Ministerio de Agricultura y Ganadería, principalmente en productos como cebolla, papa, carne y ganado en pie. Costa Rica ha mantenido un activo programa de implementación de medidas sanitarias y fitosanitarias (MSF) y de reglamentos técnicos.

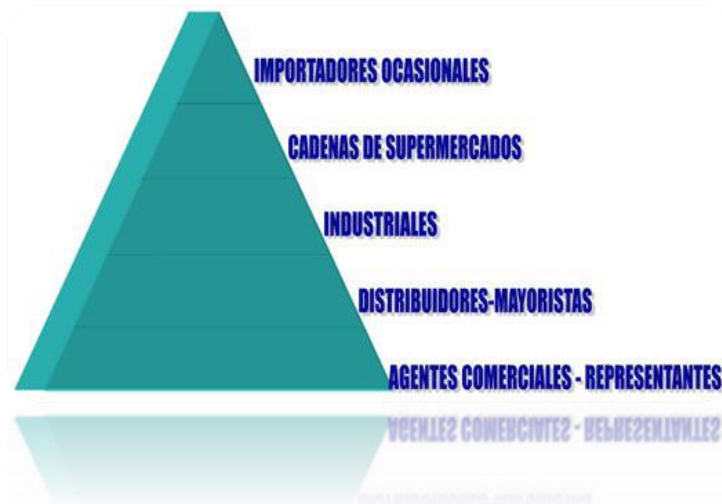
- Normas de etiquetado dictadas por la Oficina Nacional de Normas y Unidades de Medida (ONNUM). Aunque las etiquetas que se colocan a diferentes productos pre empacado, no requiere actualmente de autorización previa, esta institución realiza verificaciones de mercado para comprobar, mediante muestreos, si se cumple con la normativa vigente

- Mercadeo de productos y servicios

### *La Distribución*

La distribución puede hacerla cualquier persona residente en el territorio nacional sin distingo de nacionalidad. Costa Rica tiene una estructura de distribución bastante clara en cuanto a la importancia de cada tipo de compañía para lograr el acceso al mercado. La pirámide siguiente muestra en la parte inferior, las empresas más idóneas para lograr negocios exitosos, hasta las menos formales en la parte superior.

Cadena de distribución en Costa rica:



### *Agentes Comerciales – Representantes*

Un representante de casa extranjera está definido como una persona física o jurídica que, en forma continua y autónoma, - con o sin representación legal – prepare, promueva, facilite o perfeccione la venta o distribución de bienes o servicios que casas extranjeras, venden o presten en el país.

### *Distribuidores-Mayoristas*

Toda persona física o jurídica que, mediante un contrato con una casa extranjera, importa o fabrique en el país bienes para su distribución en el mercado nacional, actuando por cuenta propia y riesgo propio.

### *Análisis de la empresa y el mercado costarricense*

Concentración geográfica. La mayor parte de las empresas se encuentran en el Gran Área Metropolitana.

Casi la totalidad de las empresas son pequeñas, con menos de 500 empleados.

Preferencia por la exclusividad de un producto y por relaciones a largo plazo.

El costarricense tiene preferencia sobre el precio, más que a la marca.

Son pocos los importadores especializados debido a lo pequeño del mercado. Esto no les permite dedicarse a un solo producto.

La cadena de comercialización es corta. Una sola empresa puede realizar varias labores (representación, importación, distribución, etc.). Algunos inclusive venden al detalle.

Hay varios sectores regulados o del Estado que permiten la participación solamente a través de licitaciones.

- Logística y transporte

### *Panorama general*

Costa Rica es una república localizada en el Sur de América Central. Limita al Norte con Nicaragua en una extensión de 309 kilómetros, al Sureste con Panamá en una extensión de 330 kilómetros, al Este con el Mar Caribe y al Oeste con el Océano Pacífico. La extensión de sus costas es de 1.290 kilómetros. La superficie de Costa Rica tiene un área total de 51.060 km<sup>2</sup>, de los cuales 50.660 km<sup>2</sup> corresponden a tierra y 440 km<sup>2</sup> a sus aguas.

Costa Rica posee una infraestructura de transporte compuesta por 35.330 km. de carreteras, de las cuales el 24.4% que se traduce en 8.621 kilómetros están pavimentadas y el 75.6%, traducido en 26.709 kilómetros, se encuentra sin pavimentar. A lo largo del territorio nacional una extensión de 663 kilómetros que pertenecen a la Carretera Panamericana, conectan al Costa Rica con los países centroamericanos vecinos.

La red ferroviaria costarricense está compuesta por 950 km. de vías férreas, pertenecientes a Ferrocarriles INCOFER, institución pública que administra los ferrocarriles y que ofrece servicio de transporte de carga y pasajeros entre los océanos Pacífico y Atlántico, pasando

por el área metropolitana. Adicionalmente, Costa Rica cuenta con cerca de 730 km. de canales navegables estacionalmente.

Costa Rica después de Panamá, es el país centroamericano con mejores servicios para la recepción de exportaciones colombianas. Durante el 2007 se exportaron desde Colombia hacia dicho país un total de 218.005,50 toneladas con un valor FOB de 283.088.489,94.

#### *Acceso Marítimo*

La infraestructura portuaria de Costa Rica ésta compuesta por siete puertos, ubicados en ambas costas: Los puertos de Limón y Moín se encuentran ubicados en el Mar Caribe, mientras que en el Pacífico, se localizan los puertos de Puntarenas, Puerto Caldera, Golfito y Punta Morales.

El principal puerto de Costa Rica es Puerto Caldera, ubicado a 100 kilómetros (6 horas) de San José. Es la principal puerta de entrada del comercio internacional, está orientado principalmente a la importación de granos, vehículos y carga en general. Cuenta con 3 atracaderos y está conectado a la red ferroviaria por un ramal que se enlaza con el Ferrocarril Eléctrico al Pacífico.

#### *Acceso Aéreo*

Costa Rica posee 151 aeropuertos de los cuales 36 se encuentran pavimentados y 115 sin pavimentar. Cuatro de estos aeropuertos son internacionales: Juan Santamaría, ubicado en Alajuela a 17 Kilómetros de San José, Daniel Oduber, que se encuentra en la ciudad de Liberia (provincia de Guanacaste), Aeropuerto Limón situado sobre la Costa del mar Caribe y Tobías Bolaños Palmas, ubicado en el distrito de Pavas.

El Aeropuerto Internacional Juan Santa María se encuentra ubicado a 17 kilómetros al noroeste de la ciudad de San José. Concentra parte sustancial de la carga aérea internacional y la totalidad de la carga procedente de Colombia. Está dotado de facilidades para el manejo y almacenamiento de carga general, perecedera y de valores.

El Aeropuerto Internacional de Liberia Daniel Oduber se encuentra ubicado al noroeste del país en la provincia de Guanacaste. Este aeropuerto es de alta importancia para el sector turístico y para el país en términos de clima, se espera que funcione como aeropuerto alternativo al Aeropuerto Internacional Juan Santa María.

El Aeropuerto Internacional de Limón se encuentra ubicado a 2 kilómetros al sureste de la ciudad de Limón sobre la costa del mar Caribe.

#### *Cultura de negocios*

Los negociadores deben ser respetuosos, confiables y persistentes (los costarricenses necesitan ser persuadidos, sin embargo, no se les debe presionar).

Se utilizan las tarjetas empresariales en donde se especifique claramente el cargo desempeñado dentro de la empresa.

Las citas, inclusive para comer, deben ser concertadas con anticipación, pero reconfirmadas la víspera por cuanto son bastante informales en el sentido que se olvidan frecuentemente de sus compromisos y si se les presenta algo más importante, simplemente dejan razón que

tuvieron que salir o viajar. En el mejor de los casos delegan a otra persona, pero la mayoría de las veces esto no ocurre.

Si se va a hacer un viaje de negocios conviene evitar la última semana de septiembre que es cuando finaliza el año financiero y muchos negocios cierran para hacer balance.

El apretón de manos es la forma más común de saludo. Por lo general se utilizan Don y Doña como fórmulas de cortesía. Se observan las normas básicas de educación y cortesía.

El uso de la ropa informal está muy aceptado pero si se va a salir de noche o a una celebración especial conviene arreglarse un poco.

La entrega de presentes tiene mayor importancia en Costa Rica que en la mayoría de países latinoamericanos. Se deben entregar presentes tipo souvenirs, más que productos manufacturados como ropa y electrodomésticos.

Es importante conocer sobre los aspectos culturales, históricos y geográficos del país.

La familia es un buen tema de conversación.

Preferiblemente no se deben tocar temas de religión, problemas locales y asuntos personales.

Fuente:

- <http://www.intlexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo4048DocumentNo7377.PDF> -Proexport

## 4.5 El Mercado Proveedor

### 4.5.1 Proveedores

| NOMBRE                                      | CONTACTO                   | TELEFONO         | DIRECCION   | PRODUCTO                              | PRECIO                   |
|---|----------------------------|------------------|---|---------------------------------------|--------------------------|
| Textiles prisma SA                          | Carlos castaño             | (57-4) 2680033   | Cr. 43F No. 14-50<br>Barrio Manila<br>Medellín.     | Tela licrada                          | 40.850/metro             |
| Telas para vestidos de baño y ropa Interior | Maya Arbeláez<br>Luz Elena | (57-4) 3113182   | Cl 10 A 40-70 AP 102                                | Tela Para vestido de baño             | 47.574 /Metro            |
| Punto Textil S.A.                           | Mónica Alarcón             | (57-4) 3162121   | Cr. 65B No. 16A-25<br>Of. 201 Medellín,<br>Colombia | Hilos, y tela licrada                 | 30.450/rollo de 3 metros |
| Hilo color                                  | Hernán saldarriaga         | (57) (4) 2932317 | Cr 53 # 49-47<br>Medellín-Colombia                  | Hilo de Poliéster texturizado o Nylon | 10.000/ tubino grande    |

|                |                 |                     |                                     |                                 |                   |
|----------------|-----------------|---------------------|-------------------------------------|---------------------------------|-------------------|
| Mil variedades | Víctor Martínez | (57) (4)<br>5122359 | Cr 50 # 49-54,<br>Medellín Colombia | Bisutería, Herrajes,<br>resorte | 1.000/<br>Herraje |
|----------------|-----------------|---------------------|-------------------------------------|---------------------------------|-------------------|

#### **4.5 Estudio del Mercado de Proveedor**

##### **a) Variables estudiadas del mercado proveedor**

- Infraestructura y ubicación
- Calidad
- Nivel de cumplimiento
- Solvencia
- Comunicaciones y tecnología
- Precio

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

Este estudio se realizo a través de

- Contacto directo
- Referencias personales
- Catálogos
- internet

##### **c) Aplicación de la Medios**

Este estudio se llevo a cabo los días 4 al 20 de mayo de 2011

##### **d) Resultados del estudio de los proveedores**

- Textiles Prisma S.A.: Esta empresa Ubicada en la vía Medellín Bogotá tiene una buena ubicación por lo que le sería mucho más fácil despachar el pedido cuando lo necesite y al mismo tiempo se estaría ahorrando costos de almacenaje, su infraestructura y solvencia es muy buena ya que esta empresa tiene en el mercado 43 años el precio del producto es aceptable.
- Telas para vestidos de baño y ropa Interior: Esta empresa también ubicada en Medellín importa las telas desde España específicamente para vestidos de baño y existe la posibilidad de que este proveedor realice los diseños exclusivos que se desea para la empresa, también hay que tener en cuenta que la compra se realiza bajo pedido por lo

cual habría que tener un plan muy organizado de producción para que la materia prima siempre llegue a tiempo, el precio de esta tela está directamente relacionado con el tipo de cambio del Euro, aunque también cabe la posibilidad de importar directamente sin necesidad de esta empresa intermediaria.

- Punto textil S.A.: Empresa ubicada en Medellín, solida y reconocida en el mercado ofrece un precio muy económico, con una calidad aceptable; los diseños de los estampados están acordes con lo que la empresa desea.
- Hilo Color: Esta empresa aunque no muy reconocida en el mercado maneja unos buenos precios que podrían ser aun más asequibles si se tiene en cuenta que se puede comprar por volumen y sacar así un mejor precio.
- Mil Variedades: Esta empresa ofrece precios acordes con su producto, calidad y cumplimiento, además de que está en capacidad de proveer todas las materias primas que en materia de herrajes, bisutería y resortes se requieren para los diferentes diseños y de forma económica.

## 4.6 El Mercado Competidor

### 4.6.1 Competidores

Gracias a que Colombia se ha convertido en potencia exportadora en la región, y a la calidad de las texturas con las que se crean estos productos, Estas marcas no solo son competencia nacional sino también internacional ya que el año pasado tuvieron unas ventas cercanas a los 20 millones de dólares en mercados diferentes al local. Entre las marcas Colombianas que se encuentran en el mercado internacional se pueden destacar:

| NOMBRE        | TELEFONO         | DIRECCION             | PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACION   |
|---------------|------------------|-----------------------|---|
| Agua bendita  | (57) 4 361 47 11 | Calle 14#52A-250      | Estados Unidos, México, Panamá, República Dominicana, Costa Rica, Uruguay Chile |
| Onda de mar   | (57) (4) 4480410 | Cl 14 52 A-304        | Aruba, Perú, Panama, Costa Rica, Estados Unidos                                 |
| Leonisa       | (574) 3506100    | Cra. 51 No. 13-158    | Panama, Guatemala, México, Costa rica, puerto rico (tiene planta de producción) |
| Phax          | (574)3600660     | Cra 51 # 5 a sur 20   | Perú Costa rica   |
| Garotas Ltda. | 2558501          | Calle 6 Sur No. 52-62 | Ecuador, Panamá, Puerto Rico, México.   |



## **4.6.2 Estudio del Mercado Competidor**

### **a) Variables estudiadas del mercado Competidor**

- Precios
- Reconocimiento
- Calidad
- Estrategia Comercial

### **b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor**

- Páginas web
- Brochures
- Catálogos
- Portafolio

### **c) Aplicación de la Medios**

Este estudio se llevo a cabo los días 20 a 22 de mayo de 2011.

### **d) Resultados del Estudio de la Competencia**

Agua Bendita: Esta empresa es un competidor muy fuerte, tiene tiendas en México, Venezuela, y en Bogotá, Medellín y Cartagena, cuenta bastante reconocimiento a nivel nacional, sus diseños son muy buenos y tiene muy buena calidad, su mayor debilidad esta en el precio de sus productos que es un poco alto lo que hace que no esté realmente al alcance de todos, su estrategia comercial se enfoca en hacer comerciales de televisión, eventos Corporativos y de promoción.

Onda de Mar: Esta marca posee 15 tiendas tanto a nivel nacional como internacional Bogotá, Cartagena, Medellín, Cali, montería, Perú, Panamá, Costa rica, ciudad de México, Cabo San Lucas, Puerto Vallarta, república dominicana, Usa, Emiratos Árabes Unidos, Aruba. Exporta cerca de 2 millones de dólares anuales representados en 120.000 prendas, pero su principal debilidad también está en el precio que comparado al que se planea ofrecer es mucho mayor.

Leonisa: Empresa reconocida a nivel mundial con un alto nivel de participación tanto en el mercado nacional como internacional sus principales mercados internacionales son: España, Portugal, Estados Unidos, México, Guatemala, Venezuela, Panamá, Costa rica,

Ecuador, Perú, Chile entre otros y maneja en Medellín los almacenes en centros comerciales importantes como Oviedo, Unicentro, San diego, El tesoro entre otros y la venta por catalogo. La calidad de la marca es excelente, aunque su precio es elevado.

Phax: Empresa que exporta a más de 20 países como España, Canadá, Jordania, Indonesia, EE.UU., México, Islas Caribe, Ecuador, Venezuela, Egipto, Líbano, Italia, Francia, Inglaterra, entre otros. Y participa activamente de ferias internacionales como Lyon Mode City, Colombiamoda, Intermoda, WWD Magic, Miami Swimshow, entre otras. Esta empresa maneja dos líneas marca (PHAX) y la línea económica (SUNMIX) por lo que esta ultima si sería una gran competencia

Garotas Ltda.: Empresa de la Ciudad de Medellín con presencia en todo el territorio nacional a través de almacenes de cadena, distribuidores autorizados y boutiques. En el mercado internacional se encuentran en 12 países entre los que se encuentran Ecuador, Panamá, Costa Rica, República dominicana, Puerto Rico, México, Honduras, Aruba, Curasao, Perú y Bolivia. También se maneja la venta por catalogo y en Medellín se encuentra un almacén en el centro comercial el rodeo, sus productos se venden a precios altos comparados a los de nuestra empresa, creemos que esto será un punto a favor, además manejan una muy buena calidad en las telas y accesorios de las prendas, su estrategia comercial es hacer publicidad en vallas en los lugares en los que las personas suelen pasear, por ejemplo en centros comerciales y playas, además de una fuerte participación en los mercados nacional e internacional.

Fuentes:

- [aguabendita@estudiodemoda.com.co](mailto:aguabendita@estudiodemoda.com.co)
- [garotas@epm.net.co](mailto:garotas@epm.net.co)
- <http://www.ondademar.com/>
- [http://www.phax.com.co/site/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3&Itemid=1&lang=es](http://www.phax.com.co/site/index.php?option=com_content&view=article&id=3&Itemid=1&lang=es)
- <http://www.leonisa.com/>

## **4.7 El Mercado Distribuidor**

### **4.7.1 Distribución**

En el ámbito nacional la distribución se realizara de manera directa a través de un almacén, y en el mercado internacional la distribución se hara a través de terceros, almacenes ubicados en san José de Costa rica quienes se encargaran de vender los vestidos de baño.

*Internacional*

Estas empresas son las potenciales compradoras que poseen almacenes en Puerto rico donde se pueden comercializar los vestidos de baño.

| NOMBRE                  | DIRECCION               | TELEFONO                     |
|-------------------------|-------------------------|------------------------------|
| Importaciones Miami.com | Sn José, Costa Rica     | 2222-2465 Fax: 506-2222-4481 |
| Distribuidora Femenina  | Bo Luján, Costa Rica    | 2257-0731 Fax: 506-2257-1958 |
| EA Ligiere              | Escazú, Costa Rica      | 2201-5400                    |
| Diane and geogi         | Sn José, Costa Rica     | 2223-0003 Fax: 506-2256-4845 |
| Dadix S.A.              | Av. Central, Costa Rica | 2221-5572 Fax: 506-2221-5572 |
| Trajes de Baño mariamp  | Sn Ramón, Costa Rica    | 2445-7171                    |

*Fuentes de Información:*

<http://www.telefonicaamarilla.com/?adv=0&costarica=Buscar&nombre=ropa+para+ba%C3%B1o&direccion>-Páginas Amarillas de Costa rica.

Para el mercado nacional la distribución será directa por medio de almacenes propios.

#### **4.7.2 Distribución Directa**

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

La distribución se hará por medio de un almacén propio en una bodega que se alquilara en el barrio Colombia donde funcionara las áreas de producción administración y comercialización.

##### **b) Fuerza de ventas**

Para el almacén se contratara una asesora comercial

#### **4.7.3 Manejo de Inventarios**

El sistema de inventario que se utilizara será Precio Promedio Ponderado ya que el costo de venta resulta ser equilibrado, por lo que la utilidad no se aleja mucho de la realidad, y el inventario final no queda ni subvalorado ni sobrevalorado pagando la suma exacta de

impuesto al patrimonio en el periodo que es. El inventario se mantendrá con menos de 1000 Unidades de producto terminado.

#### **4.7.4 Comunicación**

Nombre de la Empresa: Spicy Swim Suit

Slogan: Siempre Cómoda y a la moda



Logo:

Colores Distintivos de la empresa: La empresa maneja básicamente colores primarios Amarillo, Azul y Rojo y de este se desprenderán combinaciones dependiendo del diseño.

#### **4.7.5 Actividades de promoción y divulgación**

##### Nacional

Para la promoción de productos y de la empresa se realizarán actividades en lugares como centros comerciales y lugares donde se encuentra gran concentración de mujeres.

También se hará promoción vía internet creando una página web a través de la cual los clientes podrán hacer su pedido, sugerencias y recomendaciones.

Adicionalmente se planean hacer avisos publicitarios para ponerlos en algunos locales de los centros comerciales

##### Internacional

Inicialmente las actividades de Promoción y divulgación estarán a cargo del distribuidor, sin embargo la empresa estará informada de todas las actividades que se desarrollen y al tanto de los precios en que se comercialice nuestro producto.

#### **4.8 Precios de los Productos**

##### **4.8.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos**

- Según tabla de costos
- Competencia
- Valor agregado
- Competitividad

#### **4.8.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos**

Vestido de baño diseño 1: \$35,000

#### **4.8.3 Los Precios de los Productos propuestos**

Vestido de baño diseño 1: \$35,000

#### **4.8.4 Política de Precios**

##### La política de precios Nacional

Los precios están determinados de acuerdo a lo aumentos o disminuciones en la demanda y al costo de los insumos y materias primas. También se maneja una política de descuentos para los clientes que deseen llevar el producto en mayores cantidades:

Los descuentos por volúmenes se harán a partir de 5.000 Unidades así:

- 5000 Unidades Dto. del 2.5%
- 5.001- 10.000 Unidades Dto. del 3.5%
- Descuentos por pronto pago 2% (Aplica para pagos menores a un mes)

##### Política de Precios Internacional

Los precios están determinados de acuerdo a lo aumentos o disminuciones en la demanda y al costo de los insumos y materias primas.

Se maneja una política de Precio para los distribuidores independientes así:

Cliente Nuevo: 50% anticipado, 50% contra entrega ò 30% anticipado, 70% contra entrega con carta de crédito.

Cliente Conocido: 20% anticipado, 80% a 30 días

Descuentos por volúmenes a partir de 10.000 unidades así:

- 10.000 Unidades Dto. del 2.5%
- 10.001 Unidades Dto. del 3.5%
- Descuentos por pronto pago 2% % (Aplica para pagos menores a un mes)

#### 4.9 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

| CONCEPTO                                       | COSTO                             |
|--|-----------------------------------|
| Arriendo Local                                 | \$ 1.200.000                      |
| Servicios                                      | \$333.333                         |
| Salario Asesora Comercial Básico de \$ 600.000 | \$ 1.057.351 Includo Prestaciones |
| Computador                                     | \$700.000                         |
| Adecuación Almacén                             | \$200.000                         |
| Diseño Avisos Publicitarios                    | \$125.000                         |
| Pagina web                                     | \$25.167                          |
| <b>TOTAL</b>                                   | <b>\$3.639.851</b>                |

#### 4.10 Riesgos y Oportunidades del mercado

Riesgos:

- Riesgo de ser copiado
- Productos sustitutos
- Desaprobación del mercado
- Competencia desleal

Oportunidades

- Amplio mercado
- Bajos costos de fabricación y ventas
- Capacidad de satisfacción a un bajo costo
- Tendencia creciente del mercado meta.
- 

#### 4.11 Plan de ventas

| Mercado       | 2011  | 2012  | 2013  |
|---------------|-------|-------|-------|
| Nacional      | 1,000 | 1,100 | 1,200 |
| Internacional | 1,000 | 1,100 | 1,200 |

#### **4.12 Estrategias para la comercialización:**

Estrategia de penetración en el mercado: La empresa se propone intensificar sus esfuerzos comerciales, mediante publicidad y ventas, haciendo especial hincapié en los productos o servicios existentes.

Estrategia de desarrollo del mercado: Con el producto existente, la empresa se dirigirá a nuevos ámbitos geográficos, nuevos segmentos de clientes, y un aumento de las ventas por medio de los canales de distribución.

Estrategia de la diferenciación: diferenciar los productos de la empresa para crear algo que se considere único en el medio consolidándolo con fuerte potencial de comercialización con capacidad en la esfera de investigación y desarrollo.

#### **4.13 Informe del Estudio de Mercado**

El estudio de Mercado arrojó resultados positivos, Primero la encuesta proporcionó una conclusión buena acerca de la aceptabilidad que tendría el producto además de proporcionar ciertas características tanto físicas como económicas y de distribución. El Estudio del mercado internacional nos aproximó a la realidad que ya teníamos en mente, muchas marcas Colombianas ya se encuentran comercializando su producto en este país, pero eso no significa que no podamos cautivar este mercado también con una línea más económica que la de nuestra competencia, en el estudio del mercado proveedor se pudo escoger los proveedores más adecuados que son Punto textil, Hilo Color y Mil variedades, En el estudio de Distribución se expuso claramente la necesidad de tener nuestros propios almacenes debido a los costos, ya que el almacén estaría en la misma planta de producción donde podrían funcionar también las oficinas, en el mercado internacional esta distribución se haría a través de terceros, almacenes ya consolidados en Costa Rica que se encargarían de la venta de nuestro producto.

## **6. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)**

### **5.1 Objetivos de producción**

Largo Plazo:

- Desarrollar Políticas de Mejoramiento Continuo para la eficiencia, eficacia y efectividad del sistema de gestión de calidad.
- Gestionar de forma adecuada los recursos para el desarrollo de la actividad productiva.
- Integrar a todos los entes que participan en el proceso productivo en la mejora continua de la organización ofreciendo el mejor servicio al cliente.

Mediano Plazo:

- Planear las actividades del departamento de acuerdo con la política de calidad, Misión, y Visión de la empresa
- Incrementar la eficiencia, productividad y disminuyendo el desecho o re trabajo mediante indicadores que permitan la medición de los parámetros de producción costos, tiempos, resultados esperados y resultados obtenidos.
- Establecer pautas y orientaciones técnicas de carácter general que propicien un adecuado control del sistema de calidad.

Corto plazo:

- Promover y efectuar acciones de capacitación, adiestramiento, asistencia técnica a los empleados.
- Optimizar los recursos económicos que permitan el logro a satisfacción de objetivos claros por medio de planes y cronogramas debidamente estructurados.
- Incentivar al personal que con sus ideas contribuya a la mejora continua.
- Desarrollar equipos de trabajo para la solución de problemas, interactuar, generar alianzas o convenios entre las investigaciones de los equipos con otros departamentos.
- Mantener un control entre las cantidades producidas y las cantidades de producción posibles en un periodo determinado

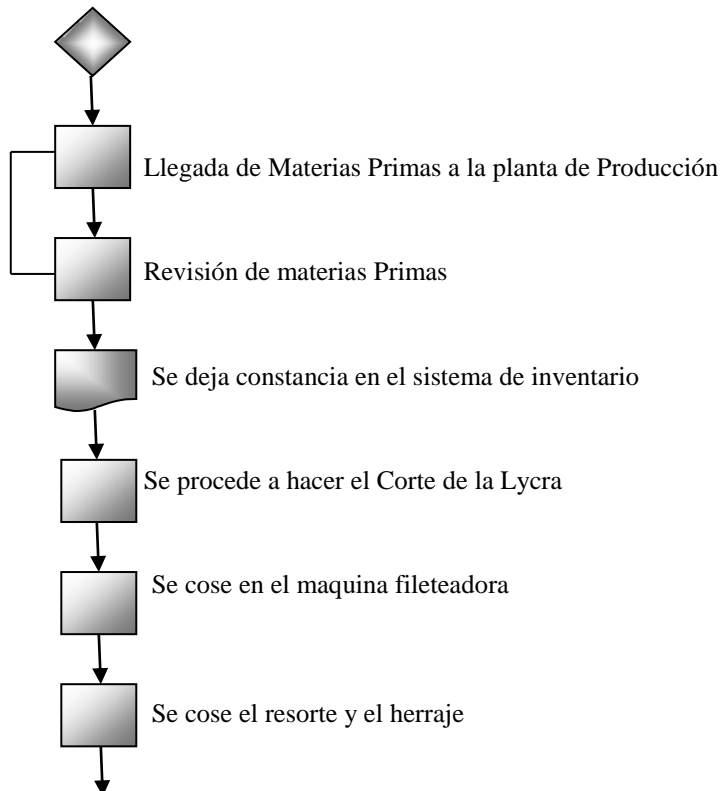
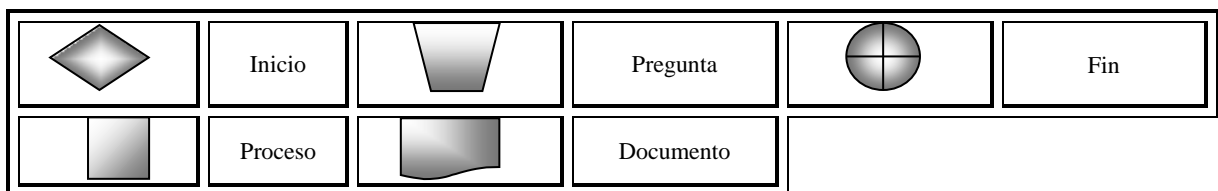


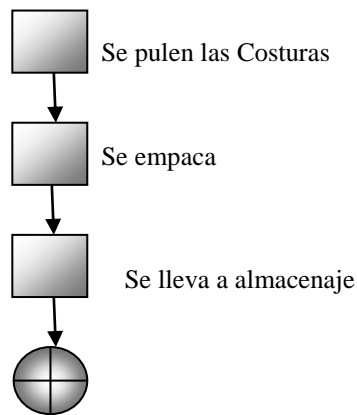
## 5.2 Descripción del proceso de producción

El proceso de producción comienza con la llegada de las materias primas a la planta de producción donde son sometidas a un proceso de verificación de calidad y referencias confrontando lo recibido con la orden de compra.

1. Llegada de Materias Primas a la Planta de Producción
2. Se hace una revisión de las materias primas verificando cantidades y condiciones óptimas del producto.
3. Se deja constancia en el sistema de Inventario.
4. Se procede a hacer el corte de la licra en la cortadora de tela eléctrica y de acuerdo al plan de producción.(cada vestido de baño se lleva aproximadamente 80cm)
5. Se procede a coser en la maquina fileteadora
6. Se cose el resorte en la maquina enresortadora
7. Se pulen las costuras con la maquina plana.
8. Se empaca
9. Se lleva a almacenaje

Diagrama de flujo:





### 5.3 Capacidad de producción

Debido a que el proceso de producción de 1 vestido de baño se requieren aproximadamente 15 minutos y que el proceso que lleva más tiempo es el de la maquina fileteadora se compraran 5 maquinas para que allí hayan 5 operarias, esto permitirá una mayor producción diaria de 100 vestidos de baño.

### 5.4 Plan de Producción

El plan de producción será de 100 Unidades diarias teniendo en cuenta que mensualmente se producirán 2,000 unidades y que no se trabajaran sábados ni días festivos

### 5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

#### 5.5.1 Locaciones



Bodega ubicada, en la zona de barrio Colombia, con cercanía a los centros comerciales premium plaza, san diego y punto clave, buenas vías de acceso, los industriales y la Av. el poblado, sirve como taller, bodegaje, confecciones etc.



CANON BASE: 3'600.000 Mensual

- 2 baños
- Área construida: 173 m<sup>2</sup>
- Oficinas: 65 m<sup>2</sup>
- Bodega: 108 m<sup>2</sup>

*NOTA: Esta sede se destinara para producción y administración y almacén*

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

| CONCEPTO Y DESCRIPCION                                    | CANTIDAD | PROVEEDOR | VALOR UNIT | TOTAL            |
|---|----------|-----------|------------|------------------|
| Cortadora eléctrica marca Eastman-                        | 1        | Maicoser  | 1.000.000  | 1'200.000        |
| Maquina Fileteadora marca Juki-Motor ahorrador de Energía | 5        | Maicoser  | 1.000.000  | 5'000.000        |
| Enresortadora yamato                                      | 1        | Maicoser  | 2.500.000  | 3'000.000        |
| Maquina Plana Jack  | 1        | Maicoser  | 790.000    | 1'050.000        |
| <b>TOTAL</b>  |          |           |            | <b>9.290.000</b> |

| DESCRIPCIÓN | CANTIDAD REQUERIDA | PROVEEDOR          | VALOR UNIT | TOTAL     |
|-------------|--------------------|--------------------|------------|-----------|
| Computador  | 2                  | Solutions Center , | 1.000.000  | 2'700.000 |

|  |   |                             |         |                  |
|--|---|-----------------------------|---------|------------------|
|  |   | Computadores y suministros  |         |                  |
| Silla Ergonómica secretarial                     | 5 | Metálicas 2000              | 70.000  | 245.100          |
| Estantería para inventario de Producto terminado | 2 | Metco                       | 250.560 | 751.680          |
| Escritorio                                       | 5 | Metálicas 2000              | 90.000  | 440.000          |
| Teléfono y Fax                                   | 1 | Omega Store (C.C Monterrey) | 30.000  | 60.000           |
| Papelera de pedal Ref. 8567                      | 2 | Estra                       | 10.293  | 72.600           |
| <b>TOTAL</b>                                     |   |                             |         | <b>3'351.706</b> |

### 5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

| DESCRIPCIÓN                           | CANTIDAD | UNIDAD | PRECIO                   | TOTAL               |
|---------------------------------------|----------|--------|--------------------------|---------------------|
| Lycra                                 | 80       | cm     | 30.450/rollo de 3 metros | \$ 16.266,67        |
| Hilo de Poliéster texturizado o Nylon | 50       | metros | 4.500/ tubino 500 yardas | \$ 900,00           |
| Bisutería, Herrajes,                  | 1        |        | 1.500/ Herraje           | \$ 3.000,00         |
| resorte                               | 20       | cm     | 500 / metro              | \$ 200,00           |
| <b>TOTAL</b>                          |          |        |                          | <b>\$ 20.366,67</b> |

### 5.5.4 Requerimientos de servicios.

| DESCRIPCIÓN                   | PROVEEDOR                     | PRECIO                        |
|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Agua, Luz, Teléfono, Internet | Empresas publicas de Medellín | En Promedio \$333.333 Mensual |

|                      |         |  |
|----------------------|---------|--|
| Sistema de Seguridad | Alarmar | Kit \$ 1.319.272-Gasto Inicial Monitoreo con reacción de patrullas<br>\$68.000 Gasto Mensual |
| Transporte           | -       | 68.888   |
| <b>TOTAL</b>         | -       | <b>470.221</b>   |

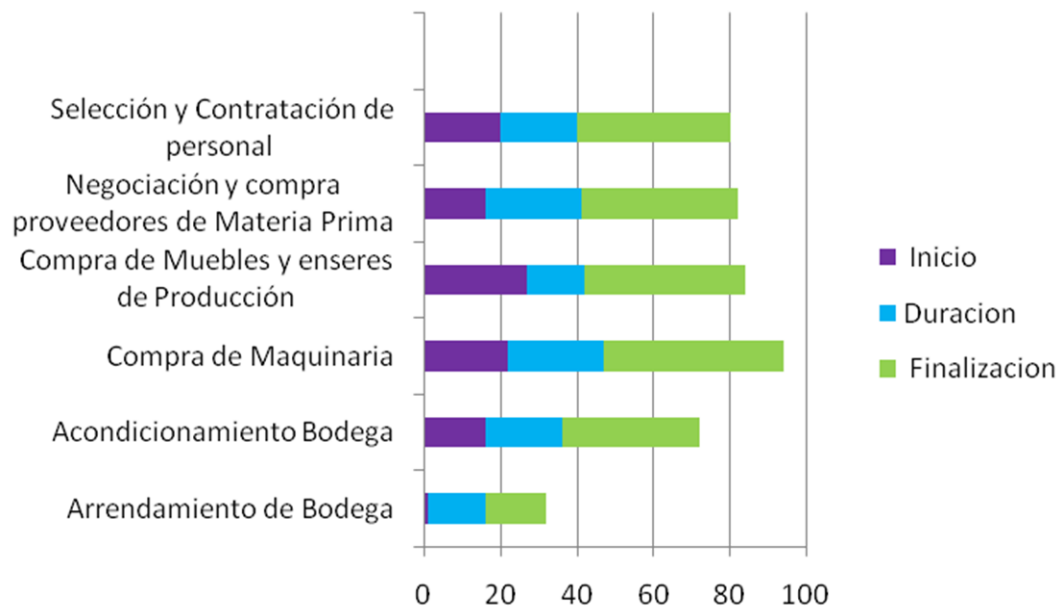
### 5.5.5 Requerimientos de personal.

| CONCEPTO                 | SALARIO          | PRESTACIONES     | COSTO MENSUAL    |
|--------------------------|------------------|------------------|------------------|
| Operario 1 y jefe bodega | 600.000          | 450.064          | 1.050.064        |
| Operario 2               | 535.000          | 386.243          | 921.243          |
| Operario 3               | 535.000          | 386.243          | 921.243          |
| Operario 4               | 535.000          | 386.243          | 921.243          |
| Operario 5               | 535.000          | 386.243          | 921.243          |
| Operario 6               | 535.000          | 386.243          | 921.243          |
| Operario 7               | 535.000          | 386.243          | 921.243          |
| Operario 8               | 535.000          | 386.243          | 921.243          |
| <b>Total</b>             | <b>4.345.000</b> | <b>3.153.765</b> | <b>7.498.765</b> |

### 5.6 Programa de producción

#### Actividades Pre-operativas

| TAREAS  | INICIO | DURACIÓN | FINALIZACIÓN |
|---|--------|----------|--------------|
| Arrendamiento de Bodega                           | 1      | 15       | 16           |
| Acondicionamiento Bodega                          | 16     | 20       | 36           |
| Compra de Maquinaria                              | 22     | 25       | 47           |
| Compra de Muebles y enseres de Producción         | 27     | 15       | 42           |
| Negociación y compra proveedores de Materia Prima | 16     | 25       | 41           |
| Selección y Contratación de personal              | 20     | 20       | 40           |



## **7. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS**

### **6.1 Procesos Administrativos**

#### **6.1.1 Descripción de los procesos administrativos**

##### *Gerencia General*

###### Funciones

Ejecutar los acuerdos de la junta directiva constituir los apoderados judiciales y extrajudiciales que juzgue necesario para representar la compañía y delegar las facultades que a bien tenga.

- Desarrollar estrategias que contribuyan al desarrollo sostenido de la organización con base en su misión.
- Con ayuda de sus subordinados realiza planes de acción a corto mediano y largo plazo.
- Lidera un proceso de planeación estratégica consciente de los objetivos inicialmente planteados.
- Implementa estructuras organizativas que permitan el desarrollo de los planes de acción y provee los recursos necesarios para el avance de los mismos

##### *Gestión Comercial*

###### Funciones

- Apoyo a la gerencia
- Desarrollo conjunto de Objetivos y planeación estratégica de la compañía
- planeamiento y desarrollo de gestión e implementación de planes comerciales
- desarrollar acciones de alianzas estratégicas
- planificar y controlar la estructura comercial, desarrollo de plataforma comercial
- Detección y desarrollo de nuevas oportunidades de negocios, desarrollo de mercados
- Análisis de costos, fijación de precios
- Desarrollo de Planes de ventas

- Proporcionar las herramientas necesarias para el cumplimiento de las funciones en las áreas en las que está a cargo.
- Negociación con proveedores, para términos de compras, descuentos especiales, formas de pago y créditos.
- Órdenes de compra de Materia Prima (cantidades)
- Administración de presupuestos en materia de venta y de funcionamiento de la organización
- Coordinación del personal que tenga que ver con producción.
- Participar en el Proceso de Desarrollo De Productos
- Participar en la Planeación, organización y control de actividades para el mejoramiento continuo de la organización interactuando con las otras áreas de esta.
- Comparar resultados con los planes generales
- Idear los medios efectivos para medir las operaciones
- Sugerir acciones correctivas cuando sean necesarias
- Transferir datos detallados de manera que muestren las comparaciones y las variaciones
- Fortalecer las buenas relaciones interpersonales entre las personas que laboran en la organización
- Las demás que le sean asignadas acordes con el objetivo y responsabilidad del área y que por su naturaleza le correspondan.
- Gestionar las negociaciones Internacionales

### *Gestión Financiera*

#### Funciones

Detectar y anticipar las necesidades de financiación de la empresa, y seleccionar la combinación más eficiente.

- Analizar desde el punto de vista de rentabilidad financiera las decisiones de la empresa, inversiones, políticas comerciales, precios de los productos, presupuestos.
- Dar soporte administrativo a los procesos empresariales de las diferentes áreas funcionales tales como nomina tesorería, cartera.
- Dar soporte a la planificación y control de actividades que desee realizar la organización
- Gestionar el sistema de información contable (contabilidad financiera y analítica) Registrar y procesar las operaciones contables originadas en los diferentes movimientos financieros Aplicando la normatividad vigente.
- Control de presupuesto
- Llevar a cabo el pago de la nomina de acuerdo con las normas laborales vigentes



- Velar por el correcto funcionamiento de los flujos de caja y crear acciones que permitan la fluidez de estos.
- Recaudar y administrar los ingresos de la organización de acuerdo con las políticas y normas vigentes.
- Custodiar y administrar los títulos valores y documentos que representen activos financieros de la Organización
- Responder por el oportuno pago de los descuentos fiscales, parafiscales, judiciales, retenciones, recaudos por cuenta de terceros, patronales y demás debidamente autorizados u ordenados
- Presentar a los organismos de control y vigilancia, los informes periódicos y apoyar la preparación de aquellos que tengan relación con el ámbito de su competencia.
- Ejecutar y controlar el pago de las obligaciones
- Establecer la existencia real de bienes, derechos y obligaciones.
- Las demás que le sean asignadas acordes con el objetivo y responsabilidad del área y que por su naturaleza le correspondan.
- Apoyar las negociaciones internacionales

### *Área de Producción*

#### Funciones

- Proceso de Fabricación o transformar las materias primas con la mayor efectividad, evitando el reproceso.
- Ingeniería del Producto de acuerdo a las especificaciones, cliente y procesos de calidad
- realizar el diseño pertinente de la distribución de las instalaciones tomando en cuenta las especificaciones requeridas para el adecuado mantenimiento y control de la maquinaria, equipos, muebles y enseres
- Estudio de mercado concerniente a métodos, técnicas, procedimientos y maquinaria de punta; investigación y desarrollo de producto.
- Establecer los estándares necesarios para respetar las especificaciones requeridas en cuanto a calidad, lotes de producción, stocks (mínimos y máximos de materiales en almacén), mermas, etc.
- Además deberá realizar los informes referentes a los avances de la producción como una medida necesaria para garantizar que se está cumpliendo con la programación fijada. Y reportes de entrada y salida de mercancías.
- Abastecimiento; esta área deberá reportar las necesidades de materia prima al área comercial donde se establecerán las cantidades, precio y forma de entrega de las materias primas

- Entregas: El área de producción tendrá la responsabilidad de entregar los pedidos en la fecha estipulada según cronograma y plan de producción.

### *Área de Mercadeo y Ventas*

#### Funciones

Investigación de mercados, identificar clientes potenciales (plan de mercadeo).

- Segmentación de mercados.
- Análisis de ciclo de vida de producto y relanzamientos.
- Técnicas de ventas, estrategias para incrementar las ventas.
- Diseño e implementación de estrategias de mercadeo.
- Control y evaluación.
- En conjunto con las áreas administrativas, gestión comercial, y el área financiera se tomara decisiones sobre el producto tales como diseño, materiales, precio.
- Estudio de la competencia y acciones para contrarrestarla.
- Actividades de Promoción para dar a conocer el producto y persuadir a los clientes.
- Plan de ventas.
- Liderar el desarrollo de la marca y sus valores (visión y misión).
- Interacción con el mercado identificando necesidades, tendencias, deseos, demandas.
- Las demás que le sean asignadas acordes con el objetivo y responsabilidad del área y que por su naturaleza le correspondan.

#### *7.2 Funciones y cargos para los procesos*

##### *Gerente General y Comercial:*

El Gerente General actúa como representante legal de la empresa, fija las políticas operativas, administrativas y de calidad en base a los parámetros fijados por la organización, es responsable ante los accionistas, por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, junto con los demás gerentes funcionales planea, dirige y controla las actividades de la empresa. Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales de la organización.

Actúa como soporte de la organización a nivel general, es decir a nivel conceptual y de manejo de cada área funcional, así como con conocimientos del área técnica y de aplicación de nuestros productos y servicios.

Es la imagen de la empresa en el ámbito nacional e internacional, provee de contactos y relaciones empresariales a la organización con el objetivo de establecer negocios a largo plazo.

## *Cartera y Tesorería*

### Manual de Funciones:

- Colaborar en la gestión diaria de cobranzas de acuerdo a los vencimientos diarios de Los clientes.
- Recibir el pago, ya sea en cheque efectivo y entregar la letra correspondiente al vencimiento.
- Entregar las facturas a clientes y otros, que se expiden por diferentes conceptos y gestionar su cobro hasta hacerlo efectivo.
- Entregar la documentación que se requiera para trámites hipotecarios ante las entidades financieras y demás diligencias que requiera el proceso para cumplir con sus responsabilidades
- Retirar los desembolsos efectuados por las entidades hipotecarias.
- Entregar a la cajera el efectivo, cheques y valores recibidos de clientes con la información muy precisa y detallada de cada pago.
- Hacer entrega de la correspondencia dirigida a clientes obteniendo el correspondiente recibido legible.
- Asegurar el cumplimiento de normas, procedimientos y obligaciones definidos en el Proceso de Cartera.
- Desarrollar la gestión necesaria para alcanzar los objetivos y metas trazadas dentro del Proceso de Cartera.
- Liderar actividades tendientes al cumplimiento de la misión, visión, principios y valores organizacionales
- Planear, Organizar, Dirigir oportunamente los Desembolsos de dinero
- Preparar diariamente el estado de flujo de efectivo e informar al Gerente sobre los excesos de liquidez para la toma de decisiones en materia de colocación.
- Llevar a cabo el pago de nomina
- Efectuar las liquidaciones de ahorros, aportes y créditos de asociados
- Organizar y conservar los archivos financieros de la Organización, de acuerdo con las disposiciones que le rijan.
- Elaborar la conciliación Bancaria mensual obteniendo así un correcto movimiento de cheques girados, notas débitos y créditos de la cuenta Bancaria.
- Velar por el buen manejo del dinero de la Organización.
- Suministrar la información solicitada, en forma oportuna. La información debe ser clara, completa y veraz.
- Firmar los cheques conjuntamente con el gerente.
- Llevar el control diario de la asistencia del personal

- Mantener al día los registros de tiempos del programa de nomina
- Organizar y mantener actualizado el archivo de la dependencia
- Expedir certificaciones y constancias
- Las demás inherentes a su condición de tesorero.

### *Jefe de Bodega*

#### *Manual de Funciones*

- Programar, dirigir y controlar las actividades de la bodega
- Elaborar el plan de compra de materia prima requerida
- Elaborar y emitir documentos que respalden los movimientos de la bodega
- Archivar la documentación correspondiente que se genere
- Supervisar el inventario, muebles y enseres de la bodega
- Es responsable de decepcionar toda la mercadería que ingresa a bodega; registrando en el libro de recepción los siguientes datos: Guía despacho o Factura del proveedor. Fecha de ingreso. Nombre y detalle de artículos. Firmar guía transportista. Fecha de vencimiento.
- Llevar control de existencias y pedidos.
- Gestionar el inventario tanto de materia prima como de producto terminado, de igual manera será el encarga de realizar informes de stock cuando así se requiera.
- Hacer el reclamo por teléfono o correo electrónico en forma inmediata cuando exista faltante de mercancía.

### *Operarios*

#### *Manual de Funciones*

- Ejecutar labores de carácter Operativo en el logro de los objetivos propuestos por la organización, según sus capacidades y en la actividad de producción que se le asigne.
- Seguir las Instrucciones Impartidas el jefe de Bodega.
- Velar por el correcto cuidado de los insumos, maquinaria y herramientas de su área de trabajo.
- Informar a sus superiores cuando se necesite realizar pedidos de materia prima o ocurra algún incidente en el área de trabajo
- Informar inmediatamente al superior cuando se requieran especiales reparaciones de la maquina
- Llenar Planilla de Producción.

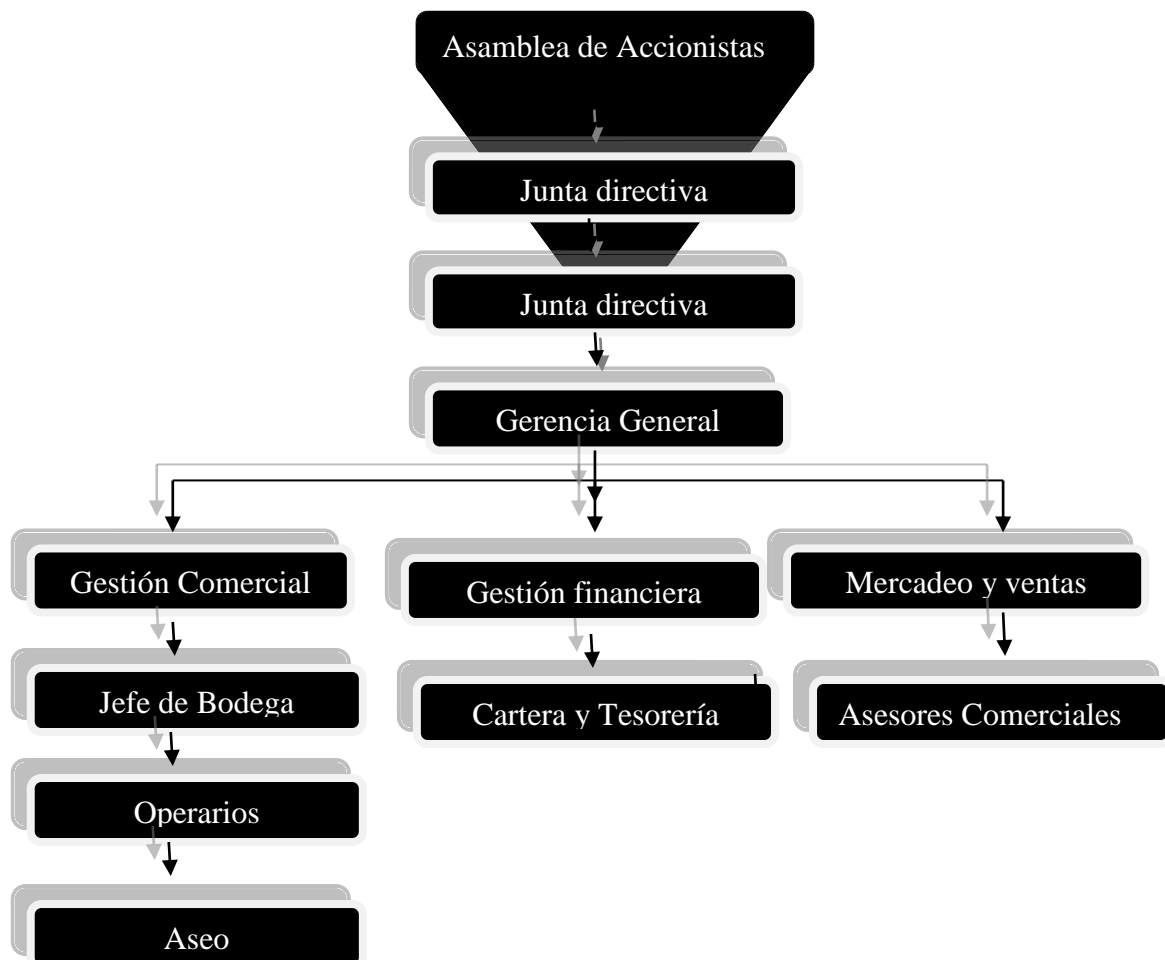
*Asesora Comercial*

*Manual de Funciones*

- Promoción, venta y mercadeo de los productos elaborados por la empresa.
- Llevar al día los registros requeridos para el control de las ventas.
- Informar al Gerente Comercial o a quien corresponda, de cualquier anomalía que se presente
- Cumplir con el horario asignado, y hacer uso eficiente del tiempo
- Brindar Información a los clientes sobre descuentos y promociones de los productos
- Asesorar a los clientes en materia de Color para la compra de Productos.

**6.2 Estructura Organizacional del Negocio**

**6.2.1 Organigrama**



## **6.2.2 Descripción funcional de la Organización**

### **Gerente General:**

El Gerente General actúa como representante legal de la empresa, fija las políticas operativas, administrativas y de calidad en base a los parámetros fijados por la organización

Es responsable ante los accionistas, por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, junto con los demás gerentes funcionales planea, dirige y controla las actividades de la empresa. Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales de la organización.

Actúa como soporte de la organización a nivel general, es decir a nivel conceptual y de manejo de cada área funcional, así como con conocimientos del área técnica y de aplicación de nuestros productos y servicios.

Es la imagen de la empresa en el ámbito nacional e internacional, provee de contactos y relaciones empresariales a la organización con el objetivo de establecer negocios a largo plazo.

### **Gestión Financiera**

Esta área se encarga de la obtención de fondos y del suministro del capital que se utiliza en el funcionamiento de la empresa, procurando disponer con los medios económicos necesarios para cada uno de los departamentos, con el objeto de que puedan funcionar debidamente. El área Financiera tiene implícito el objetivo del máximo aprovechamiento y administración de los recursos financieros.

### **Área de Producción**

El área de producción deberá formular y desarrollar los métodos más adecuados para la elaboración de los productos y/o servicios, al suministrar y coordinar: mano de obra, equipo, instalaciones, materiales, y herramientas requeridas.

### **Área de Mercadeo y Ventas**

Es la encargada de la planeación, ejecución y conceptualización de precio, en conjunto con el área de gestión comercial. También se encarga de la promoción y distribución de ideas, mercancías y términos para crear intercambios que satisfagan objetivos individuales y organizacionales.

## **6.3 Recursos materiales y humanos para la administración**

### **6.3.1 Locaciones**

Las locaciones para la Administración serán las mismas que para producción y comercialización

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

| Descripción   | Cantidad | Proveedor     | Precio Unit | Precio Total     |
|---|----------|---------------|-------------|------------------|
| Teléfono alambico para oficina<br>Panasonic kx- ts 580                                  | 4        | Home center   | \$20.000    | 80.000           |
| divisiones para oficina en l:   | 5        | Umb mobiliare | \$228.900   | 1.144.500        |
| Cable utp x 200 metros  | 1        | P computo     | \$50.000    | 50.000           |
| Cabezas Rz 45 x 500 unidades  | 200      | P computo     | \$56        | 11.200           |
| Computador para oficina   | 4        | Gel Computer  | \$932.800   | 3.731.200        |
| Switch para red de 16 puertos.  | 1        | P computo     | \$30.000    | 30.000           |
| Canaleta plástica para ocultar los<br>cables x 79 mts2                                  | 79       | Home center   | \$3.500     | 276.500          |
| Instalación de la red. Mano de obra<br>(incluye armado de los equipos e<br>instalación) | 1        | Andrés álzate | 100.000     | 100.000          |
| Impresora multifuncional 4 en 1 fax,<br>fotocopiadora impresora escáner.                | 2        | Gel Computer  | \$200.000   | 400.000          |
| Sistema de recarga continua para<br>impresora.  | 1        | Gel Computer  | \$215.000   | 215.000          |
| <b>Total</b>  |          |               |             | <b>6.038.400</b> |

### 6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

| Descripción           | Cantidad | Proveedor | Precio Unit | Precio Total   |
|-----------------------|----------|-----------|-------------|----------------|
| Resma de Papel        | 1        | Éxito     | 10.500      | 10500          |
| Carpetas paquete x 20 | 1        | Éxito     | 10.500      | 12500          |
| Lapiceros paquete x 7 | 2        | Éxito     | 4.680       | 9360           |
| Folders x 5 ``        | 1        | Éxito     | 80.000      | 80000          |
| Carpetas              | 50       | Éxito     | 200         | 10000          |
| <b>Total</b>          |          |           |             | <b>122.360</b> |

### 6.3.4 Requerimientos de servicios.

| Descripción                              | Proveedor         | Precio           |
|--|-------------------|------------------|
| Servicios Públicos (Agua, Luz, Teléfono) | Empresas Publicas | 333.333          |
| Internet                                 | Une               | 100.000          |
| Mantenimiento de Computadores            | -                 | 1.200.000        |
| Seguros                                  | -                 | 600.000          |
| Gastos de representación                 | -                 | 1.223.600        |
| Administración                           | -                 | 1.000.000        |
| Varios (vigilancia etc)                  | -                 | 972.500          |
| Otros                                    | -                 | 883.545          |
| <b>Total</b>                             |                   | <b>6.312.978</b> |

### 6.3.5 Requerimientos de personal

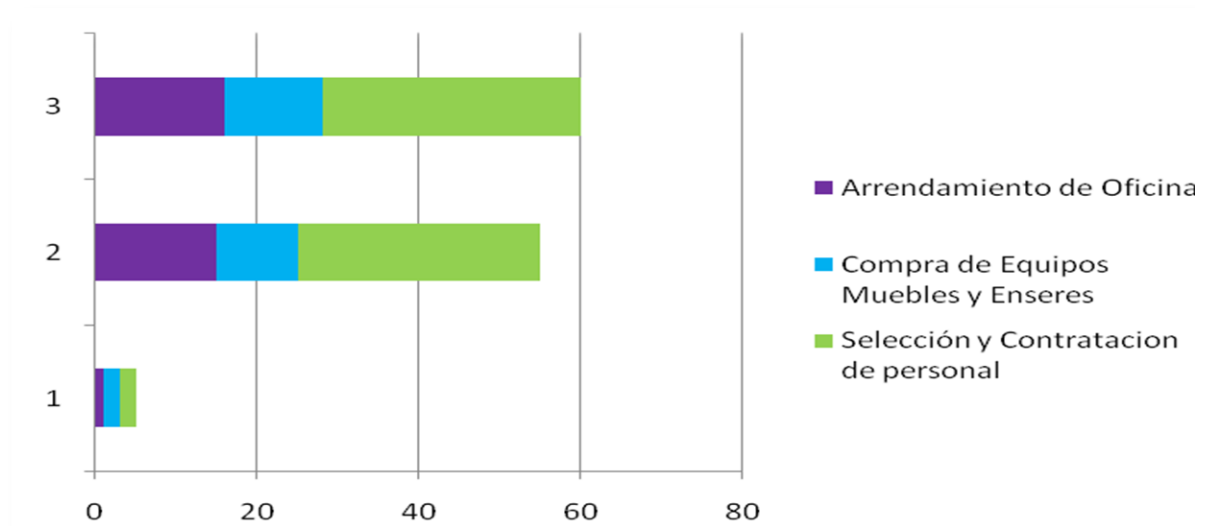
| Concepto                    | Salario          | Prestaciones     | Costo Mensual    |
|-----------------------------|------------------|------------------|------------------|
| Gerente General y Comercial | 1.500.000        | 1.464.314        | 2.964.314        |
| Tesorería y cartera         | 600.000          | 457.351          | 1.057.351        |
| Mercadeo                    | 600.000          | 457.351          | 1.057.351        |
| Secretaria                  | 535.500          | 386.243          | 921.743          |
| Aseo                        | 535.500          | 386.243          | 921.743          |
| <b>Total</b>                | <b>3.771.000</b> | <b>3.151.502</b> | <b>6.922.250</b> |

### 6.4 Programa de administración

| Tareas                   | Inicio | Duración | Finalización |
|--------------------------|--------|----------|--------------|
| Arrendamiento de Oficina | 1      | 15       | 16           |



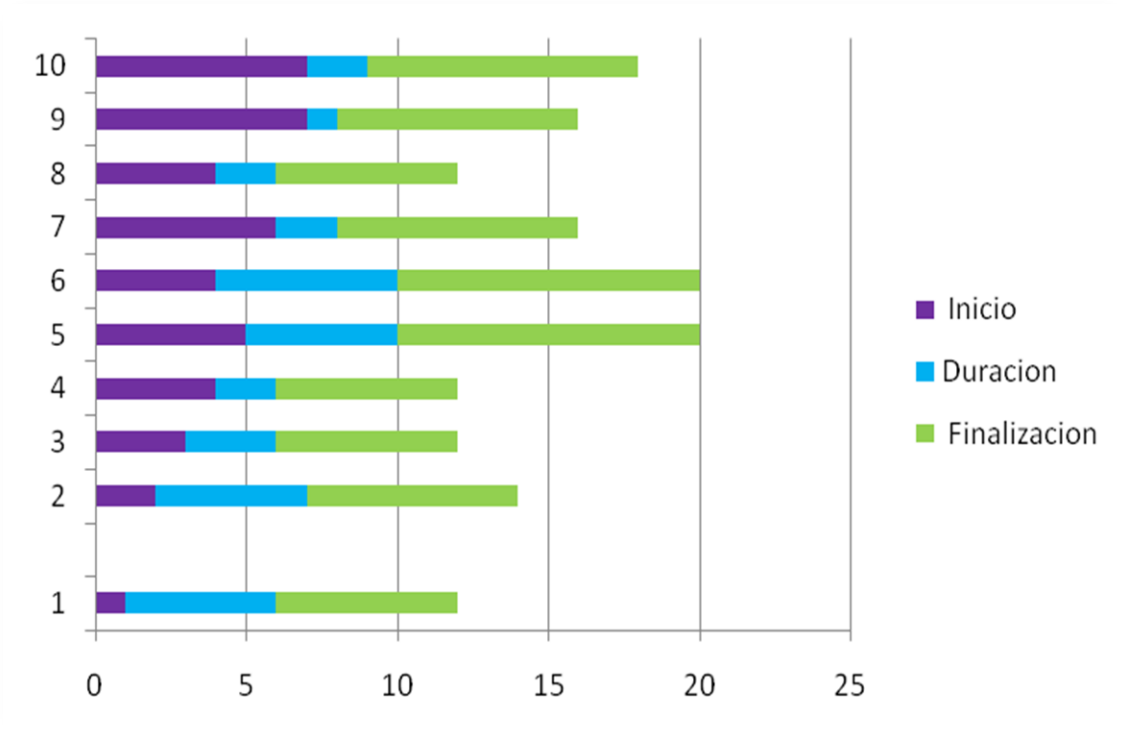
|                                      |   |    |    |
|--------------------------------------|---|----|----|
| Compra de Equipos Muebles y Enseres  | 2 | 10 | 12 |
| Selección y Contratación de personal | 2 | 30 | 32 |



### Actividades Operativas

| Tareas |  | Inicio | Duración | Finalización |
|--------|--|--------|----------|--------------|
| 1      | Se realiza la Planeación se definen los objetivos, se fijan las estrategias, y se trazan planes para integrar y coordinar las actividades. | 1      | 5        | 6            |
| 2      | Se realiza el plan de mercadeo   | 2      | 5        | 7            |
| 3      | Se realizan los presupuestos para el periodo   | 3      | 3        | 6            |
| 4      | Se programan Las compras de Materia Prima  | 4      | 2        | 6            |
| 5      | se Realiza la negociación con proveedores  | 5      | 5        | 10           |
| 6      | Se realiza la consecución de clientes  | 4      | 6        | 10           |
| 7      | se programa la producción  | 6      | 2        | 8            |
| 8      | Se programa la distribución  | 4      | 2        | 6            |
| 9      | se realiza el pago a proveedores según lo pactado  | 7      | 1        | 8            |
| 10     | Se realiza la recolección de cartera según lo pactado  | 7      | 2        | 9            |

### Diagrama de Gantt



## **8. ASPECTOS LEGALES**

### **7.1 Tipo de Organización empresarial**

#### *Sociedad anónima simplificada (SAS)*

Se eligió la Sociedad Anónima Simplificada ya que en el momento en el que se inscriban los miembros en el registro mercantil, se conformara una persona jurídica diferente a sus accionistas.

A continuación mencionamos algunos de los beneficios y cambios que trae la Ley 1258 de 2008, la cual creó las nuevas Sociedades Anónimas Simplificadas (SAS).

Se constituyen mediante documento privado. El mismo procedimiento se aplica para cualquier tipo de sociedad (incluida la empresa unipersonal) que pretenda transformarse en una SAS. Esto reduce trámites y costos de escrituración.

No exige un número de accionistas determinado. Esto hace que la sociedad pueda ampliar o reducir el número de sus accionistas a su conveniencia.

Las reformas de la sociedad no se hacen por escritura pública sino por documento privado, lo cual hace el trámite más expedito y menos costoso (se ahorran gastos de escrituración). Solo se requiere escritura pública en algunos casos especiales.

Desaparece la responsabilidad laboral y tributaria que recae sobre los socios de las sociedades limitadas.

El objeto social de la sociedad puede ser abierto, es decir, que puede hacer todo aquello que no esté prohibido por la ley, si así se determina en los Estatutos.

El pago del capital social se puede pactar dentro de los Estatutos Sociales, sin que pase de 2 años (en la actualidad el termino para pagar el capital social de las sociedades anónimas es de 1 año y las limitadas deben pagar todo su capital al momento de su constitución).

Se pueden expedir diferentes tipos de acciones: (I) Privilegiadas; (II) Con dividendo preferencial y sin derecho a voto; (III) Con dividendo fijo anual; (IV) Acciones de pag

El voto puede ser singular o múltiple.

La organización de la sociedad se puede pactar en los Estatutos Sociales, es decir, que no es obligatorio tener algunos órganos corporativos. Esto implica una posible reducción en los costos que demandan algunos cuerpos colegiados de las sociedades

Se tiene un término más amplio para enervar la causal de disolución por pérdidas que disminuyen el patrimonio neto por debajo del 50% del capital suscrito. Ya no es un plazo de 6 meses sino de 18 meses, contados desde la fecha en que la asamblea reconozca el acaecimiento de la causal de disolución.

Solo está obligada a tener revisor fiscal si los activos brutos a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior son o exceden el equivalente a 5000 salarios mínimos legales mensuales, y/o los ingresos brutos son o exceden el equivalente a 3000 salarios mínimos legales mensuales. Hoy en día las sociedades anónimas siempre requieren de un revisor fiscal.

No es necesario que el representante legal tenga un suplente. Esto reduce costos.

A falta de estipulación, el representante legal puede realizar todos los actos conforme al objeto social de la compañía. Esto hace que ya el representante legal no esté facultado a hacer solamente lo que le dicen los Estatutos Sociales, sino que puede hacer todo aquello que no le haya sido expresamente prohibido.

Se puede fraccionar el voto para la elección de jutas directivas u otros cuerpos colegiados.

Salvo algunas excepciones, todas las decisiones que se tomen se hacen con la mitad más uno de los accionistas. No es necesario seguir las mayorías calificadas del Código de Comercio.

Se pueden pactar por estatutos restricciones a la negociación de acciones, siempre que la vigencia de la restricción no dure más de 10 años, prorrogables por igual término.

Los Estatutos Sociales pueden prever causales de exclusión de accionistas.

## 7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

| CONCEPTO  | VALOR \$         |
|---|------------------|
| Nombre en la cámara de comercio   | 0                |
| Registro en cámara de comercio:(requiere renovación anual)  | 531.000          |
| Rut / Nit   | 0                |
| Visto bueno del cuerpo de bomberos en materia de seguridad contra fuegos ( se expide cada 2 años) | 97.000           |
| Registro de libros de contabilidad  | 90.000           |
| Registro de industria y comercio  | 1'170.000        |
| <b>Total</b>  | <b>1'888.000</b> |

## 7.3 Informe Organizacional y Legal

En esta unidad se pudieron constatar primero los cargos y relación jerárquica, además de esto los costos de salarios, estructura y demás requerimientos para el área administrativa. Igualmente se pudo averiguar los costos para la constitución y mantenimiento legal de la empresa.

## 9. ASPECTOS FINANCIEROS

### 8.1 Estructura Financiera del proyecto

| <b>INVERSIONES (EXIGIBLES y DISPONIBLES)</b> |                          |                   |                                 |
|--|--------------------------|-------------------|---------------------------------|
| <b>Inversiones</b>                           | <b>Exigibles (Valor)</b> | <b>Disponible</b> | <b>Requerimiento Financiero</b> |
| <b>Activos Fijos</b>                         | \$ 19.380.106,0          | \$ 19.380.106,0   | \$ 0,0                          |
| <b>Gastos Pre operativos</b>                 | \$ 17.566.366,0          | \$ 0,0            | \$ 17.566.366,0                 |
| <b>Capital de Trabajo</b>                    | \$ 53.884.999,5          | \$ 53.884.999,5   | \$ 0,0                          |
| <b>Total Requerimientos Financieros</b>      |                          |                   | <b>\$ 17.566.366,0</b>          |

#### 8.1.1 Recursos Propios

| <b>Nombre del Socio</b> | <b>Aporte</b>    | <b>Momento</b>       |
|-------------------------|------------------|----------------------|
| Luis Miguel Guerra      | \$ 24.421.701,82 | <b>Pre-operativo</b> |
| Ana Milena Gallo        | \$ 24.421.701,82 | <b>Pre-operativo</b> |
| Alejandra Vélez         | \$ 24.421.701,82 | <b>Pre-operativo</b> |

### 8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios

|                               |                  |
|-------------------------------|------------------|
| Monto del Préstamo:           | \$ 17.566.366    |
| Intereses (efectivo Mensual): | 1,00%            |
| Plazo (meses):                | 60               |
| Modalidad del Préstamo:       | tipo 1           |
| Requerimientos Financieros    | \$ 17.566.366,00 |
| Préstamo Bancario             | \$ 17.566.366    |
| Recursos Propios              | \$ 0,00          |

|   |
|---|
| <b>Tabla de Amortización Préstamo (Mensual)</b> |
|---|

| Periodo | Cuota Préstamo | Intereses  | Capital    | Saldo         |
|---------|----------------|------------|------------|---------------|
| 0       |                |            |            | \$ 17.566.366 |
| 1       | \$ 468.436     | \$ 175.664 | \$ 292.773 | \$ 17.273.593 |
| 2       | \$ 465.509     | \$ 172.736 | \$ 292.773 | \$ 16.980.820 |
| 3       | \$ 462.581     | \$ 169.808 | \$ 292.773 | \$ 16.688.048 |
| 4       | \$ 459.653     | \$ 166.880 | \$ 292.773 | \$ 16.395.275 |
| 5       | \$ 456.726     | \$ 163.953 | \$ 292.773 | \$ 16.102.502 |
| 6       | \$ 453.798     | \$ 161.025 | \$ 292.773 | \$ 15.809.729 |
| 7       | \$ 450.870     | \$ 158.097 | \$ 292.773 | \$ 15.516.957 |
| 8       | \$ 447.942     | \$ 155.170 | \$ 292.773 | \$ 15.224.184 |
| 9       | \$ 445.015     | \$ 152.242 | \$ 292.773 | \$ 14.931.411 |
| 10      | \$ 442.087     | \$ 149.314 | \$ 292.773 | \$ 14.638.638 |
| 11      | \$ 439.159     | \$ 146.386 | \$ 292.773 | \$ 14.345.866 |
| 12      | \$ 436.231     | \$ 143.459 | \$ 292.773 | \$ 14.053.093 |
| 13      | \$ 433.304     | \$ 140.531 | \$ 292.773 | \$ 13.760.320 |
| 14      | \$ 430.376     | \$ 137.603 | \$ 292.773 | \$ 13.467.547 |
| 15      | \$ 427.448     | \$ 134.675 | \$ 292.773 | \$ 13.174.775 |
| 16      | \$ 424.521     | \$ 131.748 | \$ 292.773 | \$ 12.882.002 |
| 17      | \$ 421.593     | \$ 128.820 | \$ 292.773 | \$ 12.589.229 |

|    |            |            |            |               |
|----|------------|------------|------------|---------------|
| 18 | \$ 418.665 | \$ 125.892 | \$ 292.773 | \$ 12.296.456 |
| 19 | \$ 415.737 | \$ 122.965 | \$ 292.773 | \$ 12.003.683 |
| 20 | \$ 412.810 | \$ 120.037 | \$ 292.773 | \$ 11.710.911 |
| 21 | \$ 409.882 | \$ 117.109 | \$ 292.773 | \$ 11.418.138 |
| 22 | \$ 406.954 | \$ 114.181 | \$ 292.773 | \$ 11.125.365 |
| 23 | \$ 404.026 | \$ 111.254 | \$ 292.773 | \$ 10.832.592 |
| 24 | \$ 401.099 | \$ 108.326 | \$ 292.773 | \$ 10.539.820 |
| 25 | \$ 398.171 | \$ 105.398 | \$ 292.773 | \$ 10.247.047 |
| 26 | \$ 395.243 | \$ 102.470 | \$ 292.773 | \$ 9.954.274  |
| 27 | \$ 392.316 | \$ 99.543  | \$ 292.773 | \$ 9.661.501  |
| 28 | \$ 389.388 | \$ 96.615  | \$ 292.773 | \$ 9.368.729  |
| 29 | \$ 386.460 | \$ 93.687  | \$ 292.773 | \$ 9.075.956  |
| 30 | \$ 383.532 | \$ 90.760  | \$ 292.773 | \$ 8.783.183  |
| 31 | \$ 380.605 | \$ 87.832  | \$ 292.773 | \$ 8.490.410  |
| 32 | \$ 377.677 | \$ 84.904  | \$ 292.773 | \$ 8.197.637  |
| 33 | \$ 374.749 | \$ 81.976  | \$ 292.773 | \$ 7.904.865  |
| 34 | \$ 371.821 | \$ 79.049  | \$ 292.773 | \$ 7.612.092  |
| 35 | \$ 368.894 | \$ 76.121  | \$ 292.773 | \$ 7.319.319  |
| 36 | \$ 365.966 | \$ 73.193  | \$ 292.773 | \$ 7.026.546  |
| 37 | \$ 363.038 | \$ 70.265  | \$ 292.773 | \$ 6.733.774  |
| 38 | \$ 360.111 | \$ 67.338  | \$ 292.773 | \$ 6.441.001  |
| 39 | \$ 357.183 | \$ 64.410  | \$ 292.773 | \$ 6.148.228  |
| 40 | \$ 354.255 | \$ 61.482  | \$ 292.773 | \$ 5.855.455  |
| 41 | \$ 351.327 | \$ 58.555  | \$ 292.773 | \$ 5.562.683  |
| 42 | \$ 348.400 | \$ 55.627  | \$ 292.773 | \$ 5.269.910  |
| 43 | \$ 345.472 | \$ 52.699  | \$ 292.773 | \$ 4.977.137  |
| 44 | \$ 342.544 | \$ 49.771  | \$ 292.773 | \$ 4.684.364  |
| 45 | \$ 339.616 | \$ 46.844  | \$ 292.773 | \$ 4.391.591  |
| 46 | \$ 336.689 | \$ 43.916  | \$ 292.773 | \$ 4.098.819  |
| 47 | \$ 333.761 | \$ 40.988  | \$ 292.773 | \$ 3.806.046  |
| 48 | \$ 330.833 | \$ 38.060  | \$ 292.773 | \$ 3.513.273  |



|    |            |           |            |              |
|----|------------|-----------|------------|--------------|
| 49 | \$ 327.905 | \$ 35.133 | \$ 292.773 | \$ 3.220.500 |
| 50 | \$ 324.978 | \$ 32.205 | \$ 292.773 | \$ 2.927.728 |
| 51 | \$ 322.050 | \$ 29.277 | \$ 292.773 | \$ 2.634.955 |
| 52 | \$ 319.122 | \$ 26.350 | \$ 292.773 | \$ 2.342.182 |
| 53 | \$ 316.195 | \$ 23.422 | \$ 292.773 | \$ 2.049.409 |
| 54 | \$ 313.267 | \$ 20.494 | \$ 292.773 | \$ 1.756.637 |
| 55 | \$ 310.339 | \$ 17.566 | \$ 292.773 | \$ 1.463.864 |
| 56 | \$ 307.411 | \$ 14.639 | \$ 292.773 | \$ 1.171.091 |
| 57 | \$ 304.484 | \$ 11.711 | \$ 292.773 | \$ 878.318   |
| 58 | \$ 301.556 | \$ 8.783  | \$ 292.773 | \$ 585.546   |
| 59 | \$ 298.628 | \$ 5.855  | \$ 292.773 | \$ 292.773   |
| 60 | \$ 295.700 | \$ 2.928  | \$ 292.773 | \$ 0         |

## 8.2 Ingresos y Egresos

### 8.2.1 Ingresos

#### 8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

| Concepto                        | Periodos de evaluación |           |            |            |            |
|---------------------------------|------------------------|-----------|------------|------------|------------|
|                                 | Inversión              | Operación |            |            |            |
|                                 |                        | -         | 1          | 2          | 3          |
| Ingresos Por venta del producto | -                      |           | 70.000.000 | 70.000.000 | 70.000.000 |

### 8.2.2 Egresos

#### 8.2.2.1 Inversiones

| Concepto                     | Periodos de evaluación |   |   |   |           |   |   |   |
|------------------------------|------------------------|---|---|---|-----------|---|---|---|
|                              | Inversión              |   |   |   | Operación |   |   |   |
|                              | -1                     | 0 | 1 | 2 | 1         | 2 | 3 | 4 |
| Inversiones en Activos Fijos |                        |   |   |   |           |   |   |   |

|   |      |      |                   |                  |      |      |      |      |
|---|------|------|-------------------|------------------|------|------|------|------|
| Equipos de Informática y Comunicaciones   |      |      |                   | \$ 7.131.200,00  |      |      |      |      |
| Maquinaria (5años)                        |      |      |                   | \$ 9.290.000,00  |      |      |      |      |
| Muebles y Enseres (10 años)               |      |      |                   | \$ 2.958.906,00  |      |      |      |      |
|   |      |      |                   |                  |      |      |      |      |
| <b>Gastos Pre operativos</b>              |      |      |                   |                  |      |      |      |      |
| Constitución y registro                   |      |      |                   | \$ 1.888.000,00  |      |      |      |      |
| Salarios                                  |      |      |                   | \$ 15.478.366,00 |      |      |      |      |
|   |      |      |                   |                  |      |      |      |      |
| <b>Capital de Trabajo</b>                 |      |      |                   |                  |      |      |      |      |
|   |      |      |                   |                  |      |      |      |      |
| Costos Variables                          |      |      | \$ 20.366.666,68  |                  |      |      |      |      |
| Costos Fijos de Producción                |      |      | \$ 4.950.493,00   |                  |      |      |      |      |
| Costos Fijos de Administración            |      |      | \$ 6.567.739,75   |                  |      |      |      |      |
| Costos Fijos de Comercialización y Ventas |      |      | \$ 1.313.133,50   |                  |      |      |      |      |
| Cuentas por Cobrar                        |      |      | \$ 17.705.617,56  |                  |      |      |      |      |
| Inventarios productos                     |      |      | \$ 25.317.159,68  |                  |      |      |      |      |
| Inventario de Materia Prima               |      |      | \$ 10.862.222,23  |                  |      |      |      |      |
| Materia Prima                             |      |      | \$ 20.366.666,68  |                  |      |      |      |      |
| Fijos de Producción                       |      |      | \$ 4.950.493,00   |                  |      |      |      |      |
| Administrativos                           |      |      | \$ 6.567.739,75   |                  |      |      |      |      |
| Comercialización y Ventas                 |      |      | \$ 1.313.133,50   |                  |      |      |      |      |
|   |      |      |                   |                  |      |      |      |      |
| <b>TOTAL</b>                              | \$ - | \$ - | \$ 120.281.065,32 | \$ 36.746.472,00 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |

### 8.2.2.2 Costos y Gastos

| Concepto                                  | Periodos de evaluación |   |   |               |              |   |   |            |
|---|------------------------|---|---|---------------|--------------|---|---|------------|
|   | Inversión              |   |   |               | Operación    |   |   |            |
|   | -<br>1                 | 0 | 1 | 2             | 1            | 2 | 3 | 4          |
| Costo de la Mercancía                     |                        |   |   |               |              |   |   |            |
| Costos Variables                          |                        |   |   | \$ 40.733.333 |              |   |   |            |
| Mano de obra                              |                        |   |   | \$ 7.498.765  |              |   |   |            |
| Materiales                                |                        |   |   | \$ 20.366     |              |   |   |            |
|   |                        |   |   |               |              |   |   |            |
| <b>Costos Fijos</b>                       |                        |   |   |               |              |   |   |            |
|   |                        |   |   |               |              |   |   |            |
| Arriendo                                  |                        |   |   | \$ 2.000.000  |              |   |   |            |
| Servicios                                 |                        |   |   | \$ 333.333    |              |   |   |            |
| Transporte                                |                        |   |   | \$ 68.888     |              |   |   |            |
| Depreciaciones                            |                        |   |   |               |              |   |   | \$ 154.833 |
|   |                        |   |   |               |              |   |   |            |
| <b>Costos Operativos</b>                  |                        |   |   |               |              |   |   |            |
|   |                        |   |   |               |              |   |   |            |
| <b>Gastos Generales de Administración</b> |                        |   |   |               |              |   |   |            |
|   |                        |   |   |               |              |   |   |            |
| Salarios                                  |                        |   |   |               | \$ 3.771.000 |   |   |            |
| Prestaciones Sociales                     |                        |   |   |               | \$ 3.151.502 |   |   |            |
| Gastos de representación                  |                        |   |   |               | \$ 1.223.600 |   |   |            |
| Papelería                                 |                        |   |   |               | \$ 333.333   |   |   |            |
| Mantenimiento (Equipos de Oficina)        |                        |   |   |               | \$ 1.200.000 |   |   |            |
| Seguros                                   |                        |   |   |               | \$ 600.000   |   |   |            |
| Administración                            |                        |   |   |               | \$ 1.000.000 |   |   |            |
| Varios (Vigilancia, aseo, etc.)           |                        |   |   |               | \$ 972.500   |   |   |            |
| Imprevistos                               |                        |   |   |               | \$ 883.545   |   |   |            |
|   |                        |   |   |               |              |   |   |            |

|   |      |            |               |               |              |            |            |            |
|---|------|------------|---------------|---------------|--------------|------------|------------|------------|
| <b>Gastos Generales de Ventas</b>               |      |            |               |               |              |            |            |            |
|   |      |            |               |               |              |            |            |            |
| Salarios  |      |            |               |               | \$ 1.057.351 |            |            |            |
| Prestaciones Sociales                           |      |            |               |               | \$ 1.200.000 |            |            |            |
| Publicidad y Mercadeo                           |      |            |               |               | \$ 35.583    |            |            |            |
| servicios                                       |      |            |               |               | \$ 333.333   |            |            |            |
|   |      |            |               |               |              |            |            |            |
| Gastos de Financiación                          |      |            | \$ 292.773    | \$ 292.773    | \$ 292.773   | \$ 292.773 | \$ 292.773 | \$ 292.773 |
|   |      |            |               |               |              |            |            |            |
| <b>TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN Y FINANCIACIÓN</b> | \$ - | \$ 292.773 | \$ 50.947.458 | \$ 16.054.519 | \$ 292.773   | \$ 292.773 | \$ 447.606 |            |

### 8.3 Estados Financieros Proyectados

#### 8.3.1 Flujo de Caja

| FLUJO DE CAJA                             |           |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |
|---|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
|   | Inversión | Mes 1    | Mes 2    | Mes 3    | Mes 4    | Mes 5    | Mes 6    | Mes 7    | Mes 8    | Mes 9    | Mes 10   | Mes 11   | Mes 12   |
| + Ingresos por venta                      |           | 70000000 | 70000000 | 70000000 | 70000000 | 70000000 | 70000000 | 70000000 | 70000000 | 70000000 | 70000000 | 70000000 | 70000000 |
| - Costos variables                        |           | 40733333 | 40733333 | 40733333 | 40733333 | 40733333 | 40733333 | 40733333 | 40733333 | 40733333 | 40733333 | 40733333 | 40733333 |
| - Costos fijos                            | 0         | 25662733 | 25662733 | 25662733 | 25662733 | 25662733 | 25662733 | 25662733 | 25662733 | 25662733 | 25662733 | 25662733 | 25662733 |
| Costos fijos de Producción                |           | 9900986  | 9900986  | 9900986  | 9900986  | 9900986  | 9900986  | 9900986  | 9900986  | 9900986  | 9900986  | 9900986  | 9900986  |
| Costos fijos de Administración            |           | 13135480 | 13135480 | 13135480 | 13135480 | 13135480 | 13135480 | 13135480 | 13135480 | 13135480 | 13135480 | 13135480 | 13135480 |
| Costos fijos de comercialización y ventas |           | 2626267  | 2626267  | 2626267  | 2626267  | 2626267  | 2626267  | 2626267  | 2626267  | 2626267  | 2626267  | 2626267  | 2626267  |
| - No Desembolsables                       | 0         | 670353   | 670353   | 670353   | 670353   | 670353   | 670353   | 670353   | 670353   | 670353   | 670353   | 670353   | 670353   |
| - Intereses Crédito                       | 0         | 175664   | 172736   | 169808   | 166880   | 163953   | 161025   | 158097   | 155170   | 152242   | 149314   | 146386   | 143459   |
| = Utilidad Antes de Impuestos             | 0         | 2757918  | 2760846  | 2763773  | 2766701  | 2769629  | 2772557  | 2775484  | 2778412  | 2781340  | 2784268  | 2787195  | 2790123  |
| - Impuestos                               | 0         | 932176   | 933166   | 934155   | 935145   | 936135   | 937124   | 938114   | 939103   | 940093   | 941082   | 942072   | 943062   |
| = Utilidad después de Impuestos           | 0         | 1825742  | 1827680  | 1829618  | 1831556  | 1833494  | 1835432  | 1837371  | 1839309  | 1841247  | 1843185  | 1845123  | 1847061  |
| + Ajuste por No Desembolsables            | 0         | 670353   | 670353   | 670353   | 670353   | 670353   | 670353   | 670353   | 670353   | 670353   | 670353   | 670353   | 670353   |
| + Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)  | 17566366  | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 82787241 |
| Prestamos                                 | 17566366  |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |
| Recuperación Capital de trabajo           |           |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          | 53884999 |
| Valor de Salvamento                       |           |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          | 28902242 |
| - Otros Egresos no deducibles de impuesto | 90831471  | 292773   | 292773   | 292773   | 292773   | 292773   | 292773   | 292773   | 292773   | 292773   | 292773   | 292773   | 292773   |
| Activos Fijos                             | 19380106  |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |
| Pago Crédito (Capital)                    |           | 292773   | 292773   | 292773   | 292773   | 292773   | 292773   | 292773   | 292773   | 292773   | 292773   | 292773   | 292773   |
| Gastos PREOPERATIVOS                      | 17566366  |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |
| Capital de Trabajo                        | 53884999  |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |
| FLUJO DE CAJA                             | 73265105  | 2203321  | 2205260  | 2207198  | 2209136  | 2211074  | 2213012  | 2214950  | 2216889  | 2218827  | 2220765  | 2222703  | 85011882 |



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

| ESTADO DE RESULTADOS -CIFRAS MENSUALES |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| CUENTAS                                | Mes 1    | Mes 2    | Mes 3    | Mes 4    | Mes 5    | Mes 6    | Mes 7    | Mes 8    | Mes 9    | Mes 10   | Mes 11   | Mes 12   |
| Ingresos por concepto de Ventas        | 70000000 | 70000000 | 70000000 | 70000000 | 70000000 | 70000000 | 70000000 | 70000000 | 70000000 | 70000000 | 70000000 | 70000000 |
| Costo Variables                        | 40733333 | 40733333 | 40733333 | 40733333 | 40733333 | 40733333 | 40733333 | 40733333 | 40733333 | 40733333 | 40733333 | 40733333 |
| Costos Fijos Producción                | 9900986  | 9900986  | 9900986  | 9900986  | 9900986  | 9900986  | 9900986  | 9900986  | 9900986  | 9900986  | 9900986  | 9900986  |
| Gastos Depreciación                    | 377580   | 377580   | 377580   | 377580   | 377580   | 377580   | 377580   | 377580   | 377580   | 377580   | 377580   | 377580   |
| Utilidad Bruta en Ventas               | 18988101 | 18988101 | 18988101 | 18988101 | 18988101 | 18988101 | 18988101 | 18988101 | 18988101 | 18988101 | 18988101 | 18988101 |
| Costos fijos de Administración         | 13135480 | 13135480 | 13135480 | 13135480 | 13135480 | 13135480 | 13135480 | 13135480 | 13135480 | 13135480 | 13135480 | 13135480 |
| Costos Fijos de Ventas y Distribución  | 2626267  | 2626267  | 2626267  | 2626267  | 2626267  | 2626267  | 2626267  | 2626267  | 2626267  | 2626267  | 2626267  | 2626267  |
| Amortización de diferidos              | 292773   | 292773   | 292773   | 292773   | 292773   | 292773   | 292773   | 292773   | 292773   | 292773   | 292773   | 292773   |
| Utilidad Operativa                     | 2933582  | 2933582  | 2933582  | 2933582  | 2933582  | 2933582  | 2933582  | 2933582  | 2933582  | 2933582  | 2933582  | 2933582  |
| Otros Ingresos                         | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        |
| Otros egresos                          | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        |
| Costos de Financiación                 | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        |
| Utilidad Antes de Impuestos            | 2933582  | 2933582  | 2933582  | 2933582  | 2933582  | 2933582  | 2933582  | 2933582  | 2933582  | 2933582  | 2933582  | 2933582  |
| Impuestos                              | 991551   | 991551   | 991551   | 991551   | 991551   | 991551   | 991551   | 991551   | 991551   | 991551   | 991551   | 991551   |
| UTILIDAD NETA                          | 1942031  | 1942031  | 1942031  | 1942031  | 1942031  | 1942031  | 1942031  | 1942031  | 1942031  | 1942031  | 1942031  | 1942031  |
| Utilidades Repartidas (Dividendos)     | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        |
| Utilidades no Repartidas               | 1942031  | 1942031  | 1942031  | 1942031  | 1942031  | 1942031  | 1942031  | 1942031  | 1942031  | 1942031  | 1942031  | 1942031  |
| Utilidades no Repartidas Acumuladas    | 1942031  | 3884062  | 5826093  | 7768124  | 9710155  | 11652186 | 13594217 | 15536248 | 17478279 | 19420310 | 21362342 | 23304373 |

## 8.4 Evaluación financiera del proyecto

### 8.4.1 Valor Presente Neto

|                     |                 |
|---------------------|-----------------|
| Valor Presente Neto | \$ 6.831.397,44 |
|---------------------|-----------------|

### 8.4.2 Tasa Interna de Retorno

|                         |       |
|-------------------------|-------|
| Tasa Interna de Retorno | 3,89% |
|-------------------------|-------|

### 8.4.3 Punto de Equilibrio

| PUNTO DE EQUILIBRIO TOTAL |                           |                             |                          |                      |                  |
|---------------------------|---------------------------|-----------------------------|--------------------------|----------------------|------------------|
| Producto o Servicio       | Cantidad a Vender por Mes | Costo Variable Unitario/CMV | Precio de Venta Unitario | Costo Variable Total | Venta Total      |
| Vestido de Baño 1         | 2.000                     | \$ 20.366,67                | \$ 35.000,00             | \$ 40.733.333,35     | \$ 70.000.000,04 |

| PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO |                      |                             |                          |
|----------------------------------|----------------------|-----------------------------|--------------------------|
| Margen Contribución Unitario     | Participación Ventas | Punto Equilibrio (Unidades) | Punto Equilibrio (Pesos) |
| \$ 14.633,33                     | 100%                 | \$ 1.753,72                 | \$ 61.380.111,90         |



## **9. CONSIDERACIONES FINALES**

El estudio se desarrollo satisfactoriamente de acuerdo a los objetivos planteados, Dando como consecuencia un resultado positivo, desde el punto de vista comercial el producto sería totalmente aceptado no solo en el mercado nacional si no también internacional; igualmente el estudio técnico nos mostro oportunidades que podemos aprovechar como lo es la adecuada negociación con los proveedores, ya que con las cantidades de materia prima que se va a utilizar se pueden obtener precios muchísimo más favorables.

Desde el punto de vista financiero los resultados fueron totalmente satisfactorios en efecto el proyecto es viable presentando Ingresos de \$ 70.000.000 , lo cual sería suficiente no solo para pagar las obligaciones de la compañía sino también para el crecimiento y supervivencia de esta en el tiempo, objetivo que fue planteado al principio de este proyecto

## ANEXO

### Encuesta

#### *Vestidos de Baño elaborados con diseños Colombianos*

1. Es importante para usted lucir un vestido de baño que resalte su figura y además que tenga un diseño agradable?

Si\_\_\_\_\_ b) No\_\_\_\_\_

2. Le agradaría un vestido de baño con un estampado típico Colombiano, pero con mucho estilo?

Si\_\_\_\_\_ b) No\_\_\_\_\_

3. Le agradan los vestidos de baño enterizos?

Si\_\_\_\_\_ b) No\_\_\_\_\_

4. Cuanto estaría dispuesta a pagar por un vestido de baño de este tipo?

a) Entre \$60.000 y \$80.000 b) entre \$80.000 y \$120.000

5. Cada cuanto realiza compra de vestido de baño?

a) Cada tres meses b) Cada 6 meses C) cada año

6. Donde realiza habitualmente estas compras?

a) Centros Comerciales b) Almacenes especializados

Nombre: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_

E- mail: \_\_\_\_\_

## VOCABULARIO

**Gravamen** Carga de impuestos sobre algún bien. Dícese del impuesto que grava las utilidades o los ingresos, como el impuesto predial que grava los bienes raíces, el impuesto sobre la renta etc. Carga, limitación u obligación que afecta a un bien o persona.

**IVA** Impuesto al Valor Agregado. Es un impuesto a la venta de bienes de consumo.

**Utilidad** Sinónimo de ganancia. Son la medida de un excedente entre los ingresos y los costos expresados en alguna unidad monetaria.

**Exportación** es considerada como la salida de mercancías del territorio aduanero nacional hacia una nación extranjera o una zona franca industrial de bienes y/o servicios para permanecer en ella de manera definitiva.

**Importación** Ingreso de mercancía de procedencia extranjera al territorio aduanero nacional.

**Diagrama de flujo** Un diagrama de flujo es una representación gráfica de un algoritmo. Se utiliza en disciplinas como la programación, la economía, los procesos industriales y la psicología cognitiva. Estos diagramas utilizan símbolos con significados bien definidos que representan los pasos del algoritmo, y representan el flujo de ejecución mediante flechas que conectan los puntos de inicio y de término.

**Subpartida Arancelaria:** Es la prolongación razonable y lógica de la Nomenclatura Arancelaria del Sistema Armonizado utilizada en Colombia, su código numérico consta de 10 dígitos.

**Organigrama:** Un organigrama es la representación gráfica de la estructura de una empresa u organización. Representa las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competenciales de vigor en la organización.

**Activo Fijo:** En términos generales, el activo fijo es aquel activo que no está destinado para ser comercializado, sino para ser utilizado, para ser explotado por la empresa.

**Ingreso:** Los ingresos, en términos económicos, hacen referencia a todas las entradas económicas que recibe una persona, una familia, una empresa, una organización, un gobierno, etc.

**Egreso:** Erogación o salida de recursos financieros, motivada por el compromiso de liquidación de algún bien o servicio recibido o por algún otro concepto.

**Flujo de caja** Representación gráfica de la secuencia de ingresos y egresos en un lapso de tiempo dentro de una operación financiera.

**Amortización** es un término económico y contable, referido al proceso de distribución en el tiempo de un valor duradero. Adicionalmente se utiliza como sinónimo de depreciación en cualquiera de sus métodos.

**Estado de Resultados** El estado de resultados demuestra la rentabilidad de la empresa.

**Tasa Interna de Retorno** La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

**Valor Presente Neto** El Valor Presente Neto (VPN) es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo. El Valor Presente Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero.

## WEB SITES VISITADOS

- [http://www.bancoldex.com/simuladores/simulador\\_credito.aspx](http://www.bancoldex.com/simuladores/simulador_credito.aspx)
- [http://www.proexport.com.co/siicexterno/intelexport/producto/importaciones.aspx?tipo=bieneses&menu=intelexportproductos&seleccion=importaciones\\_realizadas&header=intelexport](http://www.proexport.com.co/siicexterno/intelexport/producto/importaciones.aspx?tipo=bieneses&menu=intelexportproductos&seleccion=importaciones_realizadas&header=intelexport).
- [http://www.dane.gov.co/daneweb\\_V09/index.php?option=com\\_content&view=article&id=307&Itemid=124](http://www.dane.gov.co/daneweb_V09/index.php?option=com_content&view=article&id=307&Itemid=124) – Departamento administrativo de estadística
- <http://www.inec.go.cr/Web/Home/GeneradorPagina.aspx> - Instituto nacional de estadísticas y censos de Costa rica.
- [aguabendita@estudiodemoda.com.co](mailto:aguabendita@estudiodemoda.com.co)
- [garotas@epm.net.co](mailto:garotas@epm.net.co)
- <http://www.ondademar.com/>
- [http://www.phax.com.co/site/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3&Itemid=1&lang=es](http://www.phax.com.co/site/index.php?option=com_content&view=article&id=3&Itemid=1&lang=es)
- <http://www.leonisa.com/>
- [http://www.telefonicaamarilla.com/?adv=0&costarica=Buscar&nombre=ropa+para+ba%C3%B1o&direccion-Páginas Amarillas de Costa rica](http://www.telefonicaamarilla.com/?adv=0&costarica=Buscar&nombre=ropa+para+ba%C3%B1o&direccion-P%C3%A1ginas+Amarillas+de+Costa+rica).
- [http://www.dane.gov.co/daneweb\\_V09/index.php?option=com\\_content&view=article&id=75&Itemid=72](http://www.dane.gov.co/daneweb_V09/index.php?option=com_content&view=article&id=75&Itemid=72) - DANE
- <http://www.inec.go.cr/Web/Home/GeneradorPagina.aspx>- Instituto Nacional de Estadística y censos de Costa Rica.