

NADIA MORENO GUERRA

Plan_Negocios_Nadia Moreno (1).docx

No se encontraron coincidencias.

Esta entrega no coincidió con ningún contenido de nuestras bases de datos.

Se excluyeron los depósitos de búsqueda:

Ninguno

Excluido del Informe de Similitud:

Ninguno

Se excluyeron las fuentes:

- Universidad Sergio Arboleda on 2013-08-02, trabajos entregados, 0%
- Universidad Cooperativa de Colombia on 2021-09-29, trabajos entregados, 0%
- Universidad Americana on 2022-01-04, trabajos entregados, 0%
- repositorio.upse.edu.ec, internet, 0%



TITULO:

**PLAN DE NEGOCIOS SOBRE LA VIABILIDAD FINANCIERA PARA LA CREACIÓN
DE LA EMPRESA CONFECCIONES HERMELINA EN ARACATACA –
MAGDALENA.**

NADIA YELENA MORENO GUERRA

Msc. ALFREDO DURAN MORANTES

DIRECCIÓN NACIONAL UDCII

**UNIDAD PARA EL DESARROLLO DE LA CIENCIA, LA INVESTIGACIÓN Y LA
INNOVACIÓN**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO

2021



TABLA DE CONTENIDO

Agradecimientos	8
Dedicatoria	9
1. RESUMEN EJECUTIVO DE LA PROPUESTA	10
2. ABSTRACT	11
3. INTRODUCCIÓN	12
4. JUSTIFICACIÓN	13
5. ANTECEDENTES	14
5.1.Tostaditos Susanita S.A.	14
5.2.Castellano Ethnics Origins.....	15
5.3.Arturo Calle.	15
6. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS	17
6.1.Objetivo General	17
6.2.Objetivos Específicos	17
7. METODOLOGIA	18
7.1. La Entrevista Semiestructurada.	18
7.2. Método Canvas.....	18
7.3. Estudio de Mercado.	19
7.4. Analisis del Sector.	20
7.5. Matriz DOFA.	20
8. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	22
8.1. Organigrama de Confecciones Hermelina	23
9. ANÁLISIS DEL MERCADO Y LA COMPETENCIA	24
9.1. Estudio de Mercado.	24
9.1.1. Fuente De La Información	24
9.1.2. Población y muestra.....	24
9.1.3. Encuesta Realizada.....	25
9.2. Análisis de la Competencia.	27
9.2.1. Comercio en Aracataca- Magdalena.	27
9.2.2. Competencias Directas Del Negocio	28
9.2.3. Fuente De La Información.	28
9.2.4. Población Y Muestra De La Competencia.	28



9.2.5. Encuesta Realizada.....	29
9.3. Análisis Del Mercado De Las Prendas De Vestir.	31
9.4. Análisis del sector.	31
10. ESTRATEGIAS COMERCIALES.	32
10.1. Fijación De Precios	32
10.2. Estrategias de Ventas.....	32
10.3. Estrategias de Distribución.	33
10.3.1. Canales de Distribución.	34
10.3.2. Presupuesto de Distribución.	34
10.4. Estrategias De Marketing.....	35
10.4.1. Publicidad.....	35
10.4.2. Presupuesto de marketing.....	35
10.5. Estrategias Comerciales.....	37
10.5.1. proyección de ventas.	37
11. PLAN OPERACIONAL.	40
11.1. Localizacion de la Planta.....	40
11.2. Descripción de Infraestructura.....	40
11.2.1. Inversión de la planta.	41
11.3. Descripción del proceso.	41
11.3.1. Cronograma de Actividades.....	41
11.3.1. Diagrama de Producción.	42
11.4. Costos de Maquinaria y Equipo.....	42
11.5. La Organización.	44
11.5.1. Estrategias Organizacionales.....	44
11.5.2. Estructura Organizacional.	46
11.6. Recursos Humanos.	46
11.6.1. Gastos de personal.	46
11.6.2. Cargos y perfiles del Personal.....	47
12. PLAN FINANCIERO.	49
12.1. Constitución de la Empresa.....	49
12.1.1. Inversion Inicial para el Proyecto.	50
12.1.2. Fuentes de Financiación.	51
12.2. Estimación de Producción.	53



12.2.1.	Estimación de Corte De Prendas.....	53
12.2.2.	Estimación de Producción de las Prendas de Vestir.	53
12.2.3.	Estimación de Materias Primas.....	54
12.2.4.	Estimación de Insumos.	55
12.2.5.	Costos Fijos para Producción.	56
12.3.	Sistema de costos.....	56
12.3.1.	Costo de Manufactura de Blusa.....	56
12.3.2.	Costo de Manufactura de Vestidos.	58
12.3.3.	Costo de Manufactura de Pantalones.	59
12.4.	Punto de Equilibrio.	62
12.4.1.	Punto de Equilibrio Para Blusas.....	62
12.4.2.	Punto de Equilibrio Para Vestidos.....	63
12.4.3.	Punto de Equilibrio Para Pantalones.....	64
12.4.4.	Punto de Equilibrio Consolidado.	65
12.5.	Flujo de Caja, Van, Tir y Waac.	66
12.5.1.	Flujo de Caja.....	66
12.5.2.	Van, Tir y Waac.	67
12.6.	Estados Financieros.	69
12.6.1.	Estado de resultados.	69
13.	CONCLUSIONES Y LOGROS.....	71
14.	BIBLIOGRAFÍAS CITADA	73
15.	ANEXOS.	76
15.1.	Entrevista a la propietaria de confecciones Hermelina.	76
15.2.	Anexo de la encuesta realizada a clientes potenciales.	77
15.3.	Anexo de la encuesta realizada a la Competencia.	78
15.4.	Amortización según el banco.	79
15.5.	Busqueda en el RUES.	79
15.6.	Organización Sayco-acimpro.	80
15.7.	Tasas de intereses para Promediar WAAC.	80



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Organigrama Actual.....	23
Figura 2. Canales de Distribución del Producto.....	34
Figura 3. Distribución de la planta.....	40
Figura 4. Cronograma de Actividades.....	41
Figura 5. Diagrama de Producción.....	42
Figura 6. Modelo Canvas.....	44
Figura 7. Matriz Dofa.....	45
Figura 8. Estructura Organizacional A Futuro Del Negocio.....	46
Figura 9. Cotización de Crédito.....	52

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Grafica No.1. encuesta de género.....	25
Grafica No. 2. Tabla de edades.....	25
Grafica No.3. Prendas de vestir.....	26
Grafica No.4. Influencia del precio.....	26
Grafica No.5. Preferencias de Compras.....	27
Grafica No.6. Actividad a la que se dedica.....	29
Grafica No.7. Tipo de Prendas que venden.....	29
Grafica No.8. Cantidad de Prendas vendidas en un día por la competencia.....	30
Grafica No.9. Prendas que más se venden.....	30



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Promedio Valor Unitario de la competencia.	32
Tabla 2. Promedio de Ventas Diarias.....	33
Tabla 3. Promedio de Ventas Mensuales.....	33
Tabla 4. Presupuesto de Distribución a los clientes.....	34
Tabla 5. Presupuesto de marketing.....	36
Tabla 6. Proyección de Ventas para Blusas.....	37
Tabla 7. Proyección de Ventas para vestidos.....	38
Tabla 8. Proyección de Ventas para Pantalones.....	38
Tabla 9. Proyección de Ventas consolidadas para el primer año.....	39
Tabla 10. Inversión de la Planta.....	41
Tabla 11. Costos de la Maquinaria.....	43
Tabla 12. Costos de Muebles y Enseres.....	43
Tabla 13. Nómina de Empleados.....	46
Tabla 14. Nómina De Empleados De Parafiscales...-.....	47
Tabla 15. Gastos de Constitución.....	49
Tabla 16. Inversión Inicial.....	50
Tabla 17. Gastos Fijos Anuales de Administración.....	50
Tabla 18. Estructura Financiera.....	51
Tabla 19. Aportes Socios.....	51
Tabla 20. Tabla de Amortización.....	52
Tabla 21. Estimación de Corte.....	53
Tabla 22. Estimación de Producción.....	54



Tabla 23. Estimación de Materia Prima de Blusas.....	54
Tabla 24. Estimación de Materia Prima de Vestidos.....	54
Tabla 25. Estimación de Materia Prima de Pantalones.....	55
Tabla 26. Estimación de Insumos.....	55
Tabla 27. Costos Fijos para Producción.....	56
Tabla 28. Costo de Manufactura y precio de venta de Blusa.....	57
Tabla 29. Costo de Manufactura y precio de venta de Vestidos.....	58
Tabla 30. Costo de Manufactura y precio de venta de Pantalones.....	60
Tabla 31. Punto de Equilibrio para Blusas.....	62
Tabla 32. Punto de Equilibrio para Vestidos.....	63
Tabla 33. Punto de Equilibrio para Pantalones.....	64
Tabla 34. Punto de Equilibrio Consolidado.....	65
Tabla 35. Flujo de Caja.....	66
Tabla 36. Van, Tir y Waac.....	68
Tabla 37. Estado de Resultado.....	69
Tabla 38. Estado de situación financiera.....	70



AGRADECIMIENTO.

Agradezco primero a dios por ser mi guía y acompañante en el transcurso de mi vida brindándome paciencia y sabiduría para culminar con éxito mis metas propuestas a mis padres por ser mi pilar fundamental y haberme apoyado incondicionalmente, quienes con su amor y esfuerzo me han permitido cumplir un sueño más gracias por inculcarme ejemplos de esfuerzo y valentía.

A toda mi familia porque con sus oraciones u palabras de aliento hicieron de mi una gran persona, de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas a la universidad por haberme brindado oportunidades para enriquecer mi conocimiento.

Gracias mil gracias.



DEDICATORIA.

Este trabajo lo dedico principalmente a Dios, por darme la vida y permitirme llegar a este punto importante en mi formación profesional.

A mi familia, amigos y compañeros de estudios a mis profesores. De igual forma a todos las personas que me apoyaron en la consecución de mi objetivo.

Gracias .



1. RESUMEN EJECUTIVO DE LA PROPUESTA

Este proyecto fue realizado con el fin de realizar un plan de negocio para saber la viabilidad de la creación de la empresa Confecciones Hermelina en Aracataca-Magdalena, para llevar esto a cabo este proyecto se realizaron estudios de mercado, técnicos, de la misma manera se determinaron costos y se realizaron análisis financieros con el fin de determinar la viabilidad del proyecto, como complementación de esto se creó la estructura organizacional para establecer la inversión necesaria.

De igual manera, se tuvo en cuenta el entorno en que se desarrolla el plan de negocios se tuvo en cuenta la localización, la competencia, la publicidad y estrategias que se utilizaran para promocionar el producto final, se establecen los canales de distribución, las proyecciones y la infraestructura que se necesita para realizar los procesos de producción de las prendas de vestir, todo para colocar en marcha el proyecto que generen las utilidades esperadas demostradas en los estados financieros.

❖ **Plan de negocio, Viabilidad, Confecciones, Mercado, Prendas de vestir.**



2. ABSTRACT

This project was carried out in order to carry out a business plan to know the viability of the creation of the company Confecciones Hermelina in Aracataca-Magdalena, to carry out this project, market and technical studies were carried out, in the same way they were determined Costs and financial analyzes were carried out in order to determine the viability of the project, as a complement to this, the organizational structure was created to establish the necessary investment.

Similarly, the environment in which the business plan is developed was taken into account, the location, competition, advertising and strategies used to promote the final product were taken into account, distribution channels, projections were established. and the infrastructure that is needed to carry out the garment production processes, all to start up the project that will generate the expected profits shown in the financial statements.

❖ **Business plan, Feasibility, Apparel, Market, Clothing.**



3. INTRODUCCIÓN

Actualmente estamos viviendo una época de nuevas tecnologías y modernidades, lo cual causa un sin número de cambios constantes en los aspectos económicos, políticos y cultural en el mundo.

Tener la capacidad de adaptarse al medio y tomar los cambios de forma positiva, por este motivo es hora de comenzar a construir nuevas ideas de negocio, por eso nace Confecciones Hermelina una idea de negocio el cual consta en producción y comercialización de prendas de vestir con alta calidad, para llevar a cabo esto se desarrolló este plan de negocio, el cual se presenta en diferentes capítulos:

El **capítulo I** nos habla sobre la justificación, los antecedentes, los objetivos, la metodología y la descripción del negocio actual; es decir, todo lo referente al planteamiento del problema.

En el **capítulo II** se muestra el análisis del mercado y la competencia, las estrategias comerciales, las estrategias de marketing, Proyección de ventas; es decir, las estrategias necesarias que nos llevarán a que la empresa pueda funcionar.

En el **capítulo III** se muestra todo lo relacionado a la localización de la planta, la inversión de la planta, costos de la maquinaria, la organización de la empresa, estrategias organizacionales y todo lo relacionado con recursos humanos.

En el **capítulo IV** se muestra todo lo relacionado a la constitución de la empresa, las inversiones iniciales, los gastos administrativos, las fuentes de financiación.

En el **capítulo V** se muestra todo lo relacionado a la producción, los costos de producción, los precios de ventas de las prendas y los puntos de equilibrios.

Por último, en el **capítulo VI** se muestran el flujo de caja, los índices, el estado de resultados, el estado de situación financiera y las conclusiones del trabajo.



4. JUSTIFICACIÓN

Teniendo en cuenta los lineamientos de la Universidad Antonio Nariño para llevar a cabo este trabajo se utilizarán las líneas de investigación sobre los costos y sus aplicaciones para calcular los costos y los gastos que generará la ampliación de infraestructura y la adquisición de maquinarias nuevas, También se utilizará el lineamiento de finanzas para tener mejor manejo sobre la información financiera de esta empresa y sobre todo la utilización del lineamiento de tributación y sus aplicaciones para saber las obligaciones tributarias que adquiere este negocio al momento de ser formalizado.

En la actualidad es de suma importancia para las empresas crear un Plan de Negocio, con el fin de establecer claridad en todos los procesos desde el planteamiento de la idea hasta la ejecución de esta, para lograr ofrecer un producto de alta calidad y beneficiosos para los clientes, permitiendo que las organizaciones estén a la vanguardia en el mercado de productos innovadores en la sociedad.

Un plan de negocio es de vital importancia, porque sirve como herramienta que ayuda a que las empresas tengan un excelente funcionamiento y estrategias comerciales para el cumplimiento de sus actividades, metas y objetivos planteados por la organización, con la finalidad de garantizar la liquidez y crecimiento financiero.

Para la empresa Confecciones Hermelina, se estructura un plan de negocio con el fin de saber la viabilidad que existe para esta empresa al momento de producir y comercializar sus productos de prendas de vestir.



5. ANTECEDENTES

Actualmente el Municipio de Aracataca no cuenta con una microempresa que se encarguen del diseño y la creación de prendas de vestir, por tal motivo la propietaria del negocio desea dar un paso hacia delante y solicito ayuda para la crear un plan de negocio el cual le ayude al crecimiento como empresa.

5.1.Tostaditos Susanita S.A.

Uno de los mejores ejemplos de emprendimiento y desarrollo son **las tostaditos susanitas S.A.** ubicadas en Medellín-Colombia las cuales nacen de la idea de una madre con 4 hijos que servían de probadores de productos, al día de hoy logran ser una compañía de 220 personas que trabajan en ella, este fue un proyecto que nació por el amor a la cocina y una forma de salir adelante. (Gutiérrez Gómez, 2013)

Esta compañía se destaca por la innovación con la que anualmente llevan a cabo nuevas ideas que ayudan al crecimiento de esta, actualizando su portafolio de productos para cubrir las necesidades de todo publico gracias a esto Susanita S.A. es una de las compañías panaderas con más reconocimiento a nivel nacional.

La innovación siempre es arriesgada como se plantea en “Liderando en la zona de innovación” (Koulopoulos, 2019, págs. 30-36), toda nueva idea se debe colocar a prueba porque si no es sometida a prueba fácilmente puede ser alterada en el statu quo, esto genera crecimiento en el costo sin ofrecer un cambio beneficioso.

Toda empresa está llena de grandes ideas de las cuales estas se desvanecen o desaparecen sin llevarse a cabo en el mercado, esto principalmente se debe a la inexistencia del proceso de evaluación y/o la carencia de una zona donde se pueda exponer o presentarse las nuevas ideas dentro de las organizaciones por esto es que las directivas de Tostaditos Susanita (Susanita S.A.,



2021) consideren que “el establecimiento de un proceso de desarrollo de producto formal y sistematizado contribuye a atenuar el riesgo y disminuir el impacto de un fracaso”.

5.2.Castellano Ethnic Origins.

Es un emprendimiento colombiano de moda artesanal wayuu el cual se dedica a la venta de joyería y accesorios tejidos a mano por mujeres artesanas indígenas de estas etnias ubicadas al norte del departamento de la guajira (Castellano, 2021).

Este emprendimiento nace de la mano de Daniela Castellanos colombiana de nacimiento, cuando ella realizaba un viaje espiritual por su natal Colombia llego a una de las zonas más remotas del desierto y la costa norte del país, lo que causo en ella una idea positiva de cómo ayudar a estas mujeres dando a conocer su arte, así nace esta idea de emprendimiento creando una etiqueta de moda ética y sostenible y que a su vez puede mejorar el sustento de estos artesanos indígenas en Colombia.

5.3.Arturo Calle.

Es una marca que comenzó a tejerse en 1966 su propia marca denominada **Dante** en la ciudad de Bogotá, el primer local se compra con un ahorro que el señor Arturo calle tenía y para apoyarse solicito un préstamo de \$4,000 pesos de esa época, es el único préstamo que ha realizado desde que nace esta empresa.

Al finalizar su segundo año Arturo Calle adquiere un tercer almacén y por sugerencia de un cliente, decide colocarle su nombre, ARTURO CALLE, gracias a esto logra competir con diseñadores de la moda en Colombia. Esto lanzo oficialmente uno de las negocios más exitoso del país, que hoy celebra más de 50 Años de historia y crecimiento. (America RETAUL;, 2020)

En ese momento, Arturo Calle compraba sus productos a fabricantes, el mercado era muy limitado en ese momento debido a la imposibilidad de innovar en cuanto a modelos, ofrecer



mejores precios y decidió ir directamente al fabricante. El nivel de calidad y diseño de la ropa.

Así es como encuentra necesario disponer de sus propios almacenes. Por ello, decidieron fabricar sus productos directamente, en asociación con las empresas de confección que han desarrollado y ahora son CO&TEX, FRAC y Baena Mora. Esta sinergia ha permitido a ARTURO CALLE garantizar a sus clientes la mejor relación calidad y precio junto con un buen servicio, son cruciales para el éxito comercial de una empresa.. (Arturo calle;, 2021)



6. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS

6.1.Objetivo General

Analizar la Viabilidad Financiera para la creación de la empresa de Confecciones Hermelina en Aracataca – Magdalena.

6.2.Objetivos Específicos

1. Identificar los Factores De oportunidad y éxito para el emprendimiento Confecciones Hermelina. Herramienta administrativa – Entrevista semiestructurada.
2. Elaborar el Plan de negocios para la empresa Creaciones Hermelinda en el Municipio de Aracataca (Magdalena) Herramienta administrativa – Modelo CANVAS.
3. Desarrollar un estudio de mercado Para saber la viabilidad de la creación de la empresa Confecciones Hermelina. herramienta administrativa – encuestas.
4. Realizar un análisis del Sector mercado Para saber la viabilidad de la creación de la empresa Confecciones Hermelina. herramienta administrativa.
5. Determinar con un nivel alto de certeza la viabilidad de la creación de la empresa Confecciones Hermelina. herramienta administrativa – Matriz Dofa



7. METODOLOGIA

Para llevar a cabo este plan de negocio se utilizarán diferentes herramientas administrativas apoyándose unas con otras para lograr un desarrollo adecuado y así lograr cumplir lo propuesto anteriormente:

7.1. La Entrevista Semiestructurada.

“La entrevista semiestructurada es un tipo de entrevista en la que el entrevistador no cuenta con un esquema de preguntas fijas, pero también se realizan preguntas específicas, Es decir, el entrevistado tendrá que responder algunas preguntas generales, algunas preguntas pueden no estar preparadas con anticipación y surgir espontáneamente durante la entrevista.” (Turijobs Tourism Services, 2021)

Es la más idónea como técnica de investigación cualitativa esto consiste en hacer preguntas que necesaria mente no estén guionadas pueden ser básicas y mediante esto se va dando la entrevista el entrevistador sabe los límites de las preguntas de cierta forma es flexible a la hora de la entrevista.

Pero a su vez esto tiene sus ventajas al momento de la recopilación de información sobre lo cual este dirigida la entrevista, teniendo en cuenta esto también es algo difícil para no tratar de repetir preguntas o comparar las respuestas por eso es muy importante. (QuestionPro, 2021).

7.2. Método Canvas.

“El modelo canvas es una herramienta para analizar y crear modelos de negocio de forma simple. Se ve globalmente en un marco dividido por aspectos comerciales clave y gira en torno a la propuesta de valor que se entrega.” (Economipedia, 2019)

Es una herramienta que nos sirve para analizar y así crear un modelo o plan de negocio simplificado que se ajuste al negocio del cual se está hablando, recordando que en este método se



ve de forma global sobre un panel dividiendo las principales figuras que involucran el negocio y sobre todo los que giran en torno a la propuesta de valor.

Recordando que en este método nos enfocamos sobre diferentes segmentos:

- a. Cientes: la importancia de este es detectar las necesidades en el mercado, recordando siempre que lo importante es el cliente.
- b. Propuesta de valor: esta es la parte más importante de todo el modelo de negocio, recordando siempre que es el motivo por el cual nos comprara el cliente.
- c. Canales: son los métodos que utilizaremos para darnos a conocer con el cliente y así definir los métodos de distribución hacia ellos.
- d. Relación con los clientes: debemos definir la relación que llevaremos con ellos y tener éxito en el negocio.
- e. Flujo de ingresos: es el paso donde debe son pensar y saber cómo se va a monetizar y donde vamos a obtener las facturas.
- f. Recursos claves: es identificar los recursos con los que contamos para llevar a cabo nuestra actividad.
- g. Actividad clave: es definir cuál es el centro y que hará nuestro negocio día a día.
- h. Aliados claves: aquí es donde identificaremos quienes serán nuestros aliados quienes nos ayudarán a crecer y sobre todo elegiremos quienes serán nuestros proveedores.
- i. Estructura de costes: se debe priorizar los pagos de los costos y los gastos fundamentales de nuestro negocio.

7.3. Estudio de Mercado.

“Un estudio de Mercado es una investigación que es utilizada por diversos ramos



de la industria para garantizar la toma de decisiones y entender mejor el panorama comercial al que se enfrentan al momento de realizar sus operaciones” (QuestionPro, 2021).

En la actualidad un estudio de mercado es importante antes de realizar el lanzamiento de un nuevo producto o servicio; el objetivo principal de este estudio es mejorar las decisiones para marketing y así proponer ofertas relevantes y actas para el cliente de este mercado, debido a que donde la oferta y la demanda se encuentran tiene sus particularidades. (qualtrics., 2021).

7.4. Analisis del Sector.

“el análisis del sector es el análisis que realiza una empresa de la situación completa que enfrenta, con el propósito de poder tomar decisiones que vayan orientadas al mercado y poder concretar sus estrategias de marketing” (Economipedia, 2019).

Para analizar el entorno primero se debe identificar en que entorno se encuentra la empresa si es un entorno turbulento, estable o intermedio, después de este paso se deben planear las estrategias que le permitan a la empresa analizar el entorno con una matriz DoFa. (Rosgaby Medina, 2020)

7.5. Matriz DOFA.

“La matriz DOFA es un método de análisis empresarial, que permite mirar la empresa desde el exterior como si fuéramos observadores neutrales, para evaluar las condiciones actuales de la empresa.” (Gerencia, 2021)

Para complementar la ejecución del plan de negocio también se utilizará esta matriz como parte importante de este y así poder obtener información sobre la condición actual de la empresa interna y externa; recordando siempre que este es un método muy utilizado en el círculo empresarial para poder hallar un equilibrio sobre las debilidades y oportunidades que tiene la empresa, pero sin dejar de lado las fortalezas y sobre todo las amenazas que tiene la empresa.



La matriz Dofa radica en los diagnósticos que se realizan con este método, ya que son reales y estos son de mucha ayuda al momento de tomar decisiones importantes y que más le convengan a la empresa para su mayor crecimiento. (Gerencia, 2021).



8. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.

Confecciones Hermelina es un pequeño negocio en la Calle 5 entre Carrera 3 y 4 en el municipio de Aracataca-Magdalena, la cual fue fundada por una mujer que siempre ha trabajado en la industria de la moda con la idea de querer salir adelante propietaria solo con una máquina de coser propia y una sencilla fileteadora.

Con ganas de salir adelante emprendió ese camino dedicado a la producción y comercialización de todo tipo de ropa a medida, que satisfaga las necesidades de la población, que no tiene una edad límite, como prendas de vestir desde los primeros meses hasta para personas de la tercera edad, después de un par de años adquirió reconocimiento entre la población esto causo un aumento en el volumen de producción por lo cual se vio en la necesidad de emplear a 2 mujeres mas para poder lograr cumplir con todos los compromisos a su vez esto causo en que la propietaria decidiera desarrollar diferentes estudios para complementar sus conocimientos y general un mejor producto.

A nivel de activos fijos este negocio hasta el momento cuenta con un local comercial que cuenta con 2 dos habitaciones y un baño, donde las 2 habitaciones 1 es para el área de ventas y la otra es para el área de producción por tal motivo se desea ampliar para tener más áreas independientes y tener mejor comodidad para poder emplear a mas mujeres y que estas sean en mayoría cabezas de hogar para ayudara a la comunidad.

Este proyecto se orienta a la implementación de un plan de negocio con el cual se desea colocar en marcha ciertos criterios para llevar a cabo el crecimiento y expansión de la infraestructura de este negocio y así general empleo.

La idea de este proyecto, es dar un paso hacia delante y así poder realizar producciones en línea de prendas de vestir y así llegar a más personas dentro del mercado, uno de los factores más

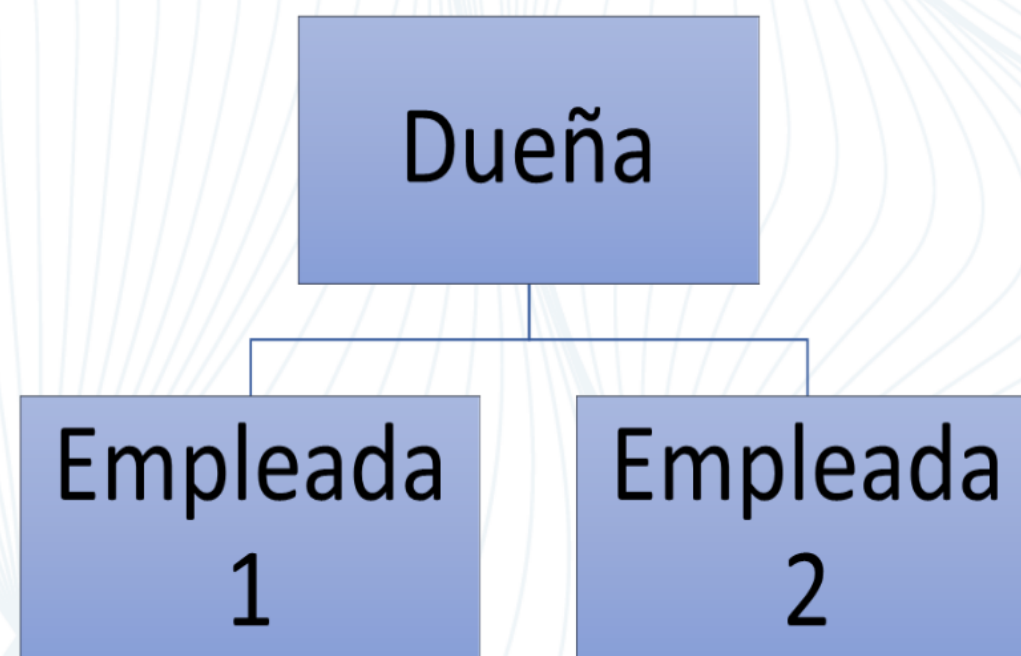


importantes es la innovación de este y el apoyo económico que se generaría al ser creadores de empleo ayudando a mujeres cabeza de familia dentro del municipio de Aracataca.

8.1. Organigrama de Confecciones Hermelina

A continuación se describe como es actualmente el organigrama del negocio.

Figura 1. Organigrama Actual.



Fuente: Elaboración Propia



9. ANÁLISIS DEL MERCADO Y LA COMPETENCIA

Para la ejecución del Proyecto principalmente se busca analizar la oferta y la demanda de los productos y servicios en el mercado de prendas de vestir con el fin de establecerse en el mercado del municipio de Aracataca-Magdalena.

9.1. Estudio de Mercado.

El mercado directo e inmediato del negocio serían la población de Aracataca- magdalena el cual cuenta con 41,872 habitantes hasta el último censo realizado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística en el año 2020 (Dane, 2020), dentro del cual se incluyen zonas urbanas y rurales, Otros mercados de los cuales se espera lograr un alcance inmediato son los municipios de fundación, el retén, zona bananera los cuales hacen parte de las zonas más cercanas a Aracataca.

9.1.1. Fuente De La Información.

Primarias: Recolección de datos por medio de encuesta para conocer la realidad de la información.

Secundarias: Investigación en páginas web.

9.1.2. Población y muestra.

Según la proyección del Censo del DANE (Dane, 2020), la población para el año 2020 del municipio de Aracataca, se encuentra distribuida de la siguiente manera 30.282 habitantes se encuentran en la cabecera y 11.590 habitantes en veredas, por tal razón la muestra para realizar la encuesta se obtuvo de los habitantes de la cabecera municipal.

$N = 30.282$

$n = 200$

Intervalo de confianza – $Z = 95\%$



Probabilidad que ocurra – $p = 50\%$

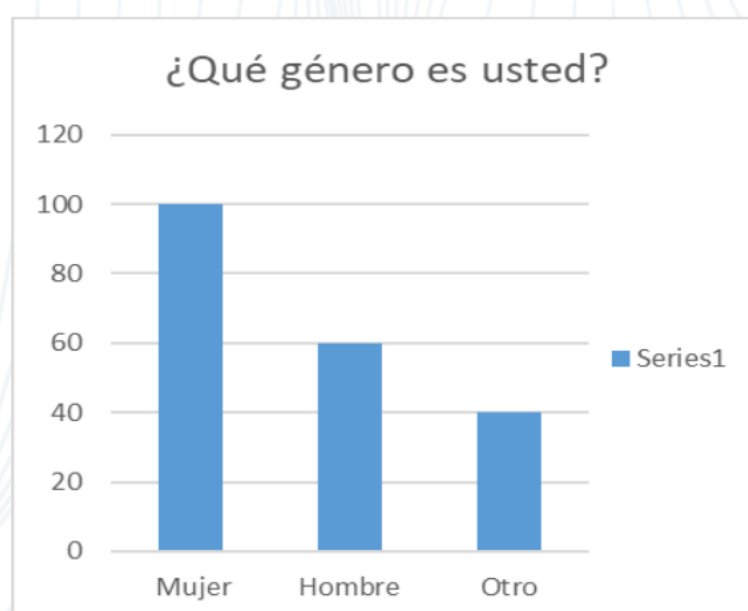
Probabilidad que no ocurra - $q = 50\%$

Error de muestra – $e = 5\%$

9.1.3. Encuesta Realizada.

El Formulario ha sido respondido por 200 personas segmentadas (ver anexo):

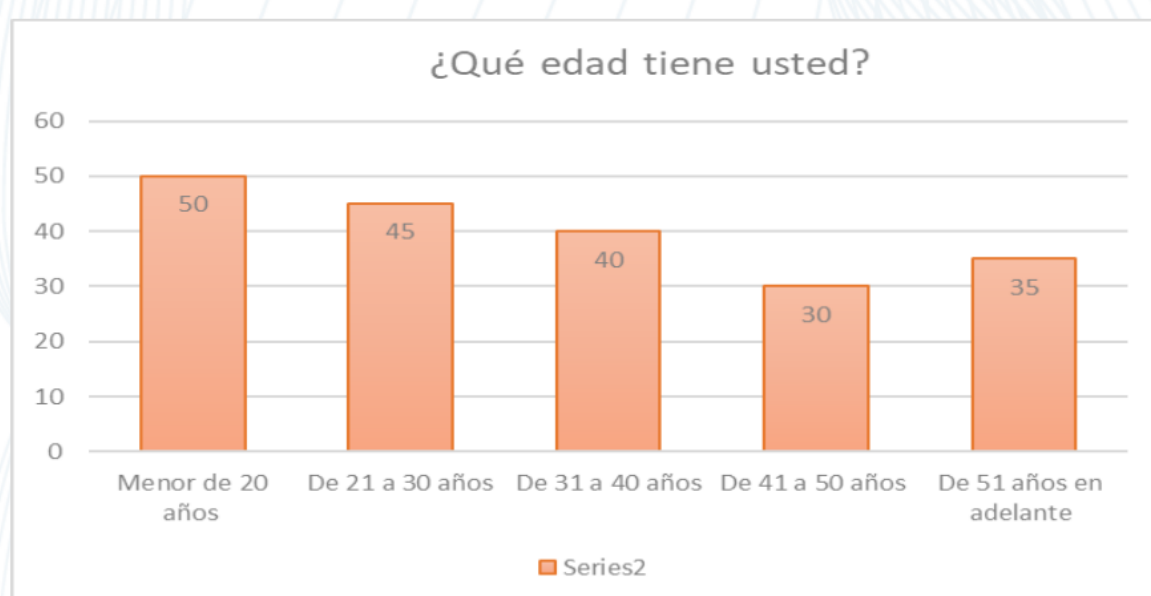
Grafica No.1. encuesta de género.



Fuente: Elaboración Propia

Como podemos observar en la grafica la mayor parte de personas encuestadas fueron mujeres.

Grafica No. 2. Tabla de edades.

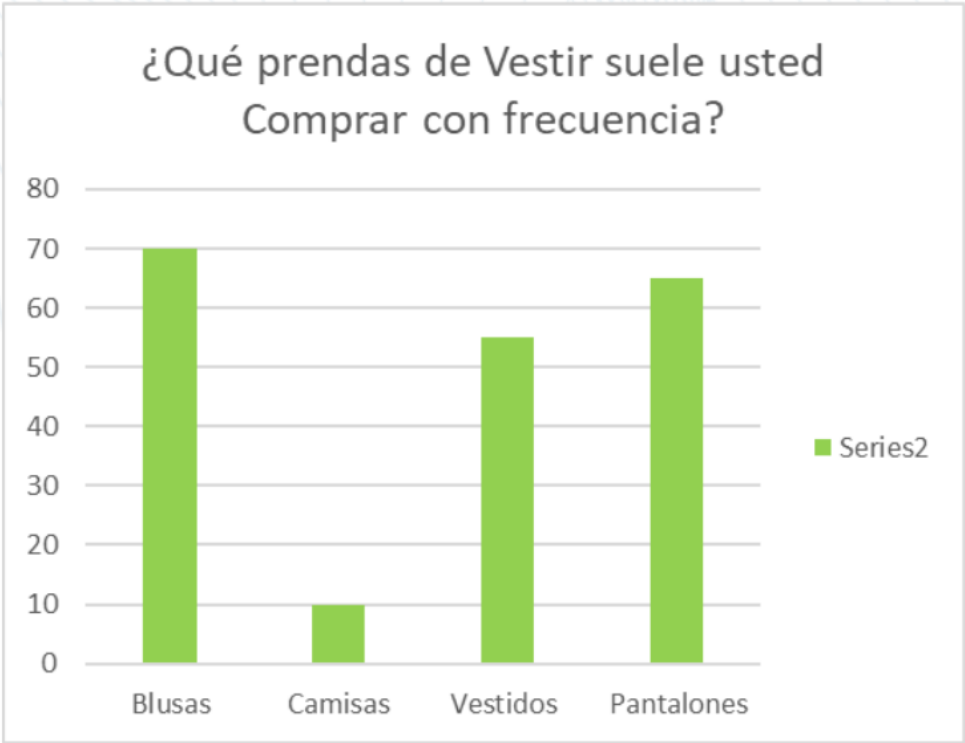


Fuente: Elaboración Propia



Como se puede observar la mayor muestra está compuesta por las personas de menos de 20 años.

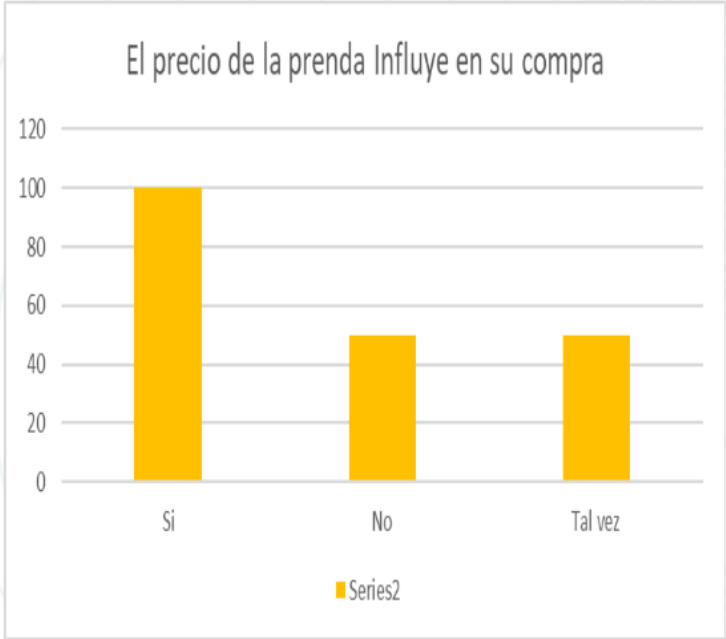
Grafica No.3. Prendas de vestir.



Fuente: Elaboración Propia

Como se observa en la grafica el mayor con sumo de prendas de vestir esta en las blusas vestidos y pantalones.

Grafica No.4. Influencia del precio.



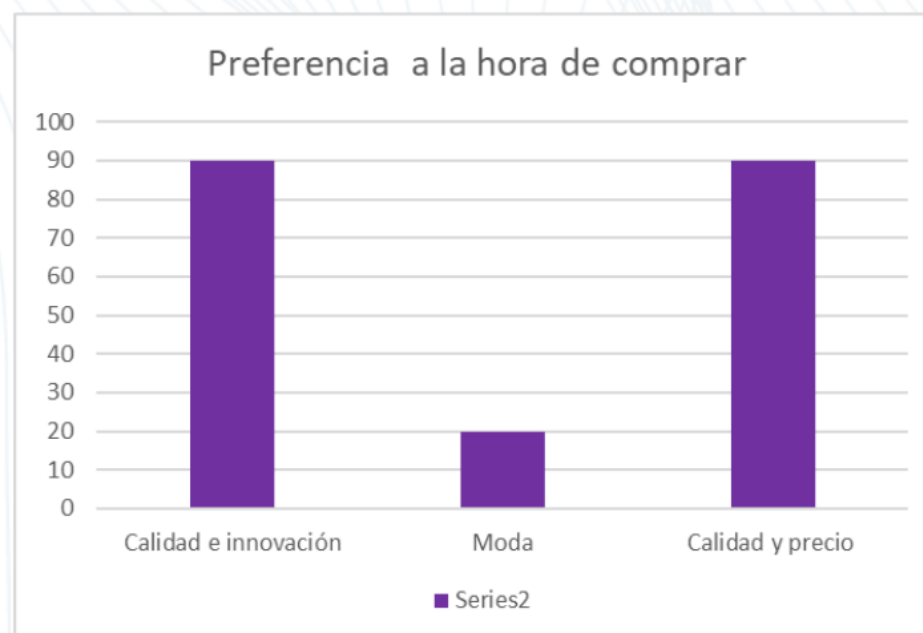
Fuente: Elaboración Propia

VIGILADA MINEDUCACIÓN



Por medio de la Grafica nos podemos dar cuenta que para la mitad de las personas el precio es importante.

Grafica No.5. Preferencias de Compras.



Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar las personas en su mayoría prefieren la calidad e innovación y que a su vez tenga calidad y buen precio sobre la moda.

9.2. Análisis de la Competencia.

9.2.1. Comercio en Aracataca- Magdalena.

En el municipio la mayor parte de la actividad comercial se genera en el casco urbano, exactamente a los alrededores del parque central, en calle 8 siendo este el zona donde se ubican los establecimientos comerciales desde boticas, billares, tiendas, almacenes de ropa, peluquerías, refresquerías, panaderías y ferreterías, También cuenta con un mercado público en la calle 9 con carrera 4 justo al lado de la alcandía municipal, en este sitio es donde los campesinos llevan sus cosechas para ser comercializadas y esto a su vez genera mucho flujo de personas a estas zonas comerciales. (Wikipedia, 2021).



9.2.2. Competencias Directas Del Negocio.

En el municipio de Aracataca no se encuentra ningún registro sobre si existe alguna microempresa creada con el fin de confeccionar ropa en línea, por ese motivo nació la idea de negocio en crear una microempresa con la idea de generar empleo y ser lideres de este mercado en la localidad del municipio y sus alrededores y a su vez ser un apoyo a esas madres cabeza de hogar que son el sustento de sus hogares.

9.2.3. Fuente De La Información.

Primarias: Recolección de datos por medio de encuesta para conocer la realidad de la información.

Secundarias: Investigación en páginas web.

9.2.4. Población Y Muestra De La Competencia.

Para obtener información importante se realizó una encuesta entre los 10 almacenes que solo entre sus actividades tienen venta de prendas de vestir.

$N = 50$

$n = 10$

Intervalo de confianza – $Z = 95\%$

Probabilidad que ocurra – $p = 50\%$

Probabilidad que no ocurra - $q = 50\%$

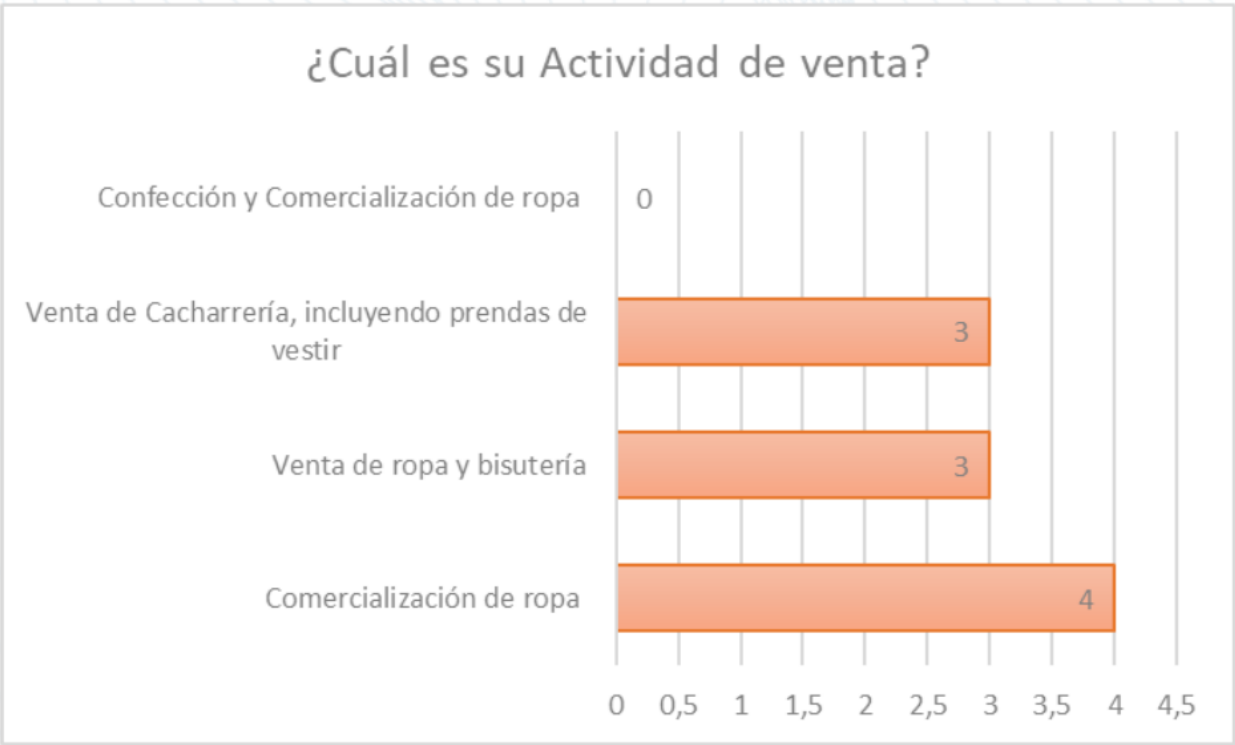
Error de muestra – $e = 5\%$



9.2.5. Encuesta Realizada.

El Formulario ha sido respondido por 10 negocios segmentadas (ver anexo):

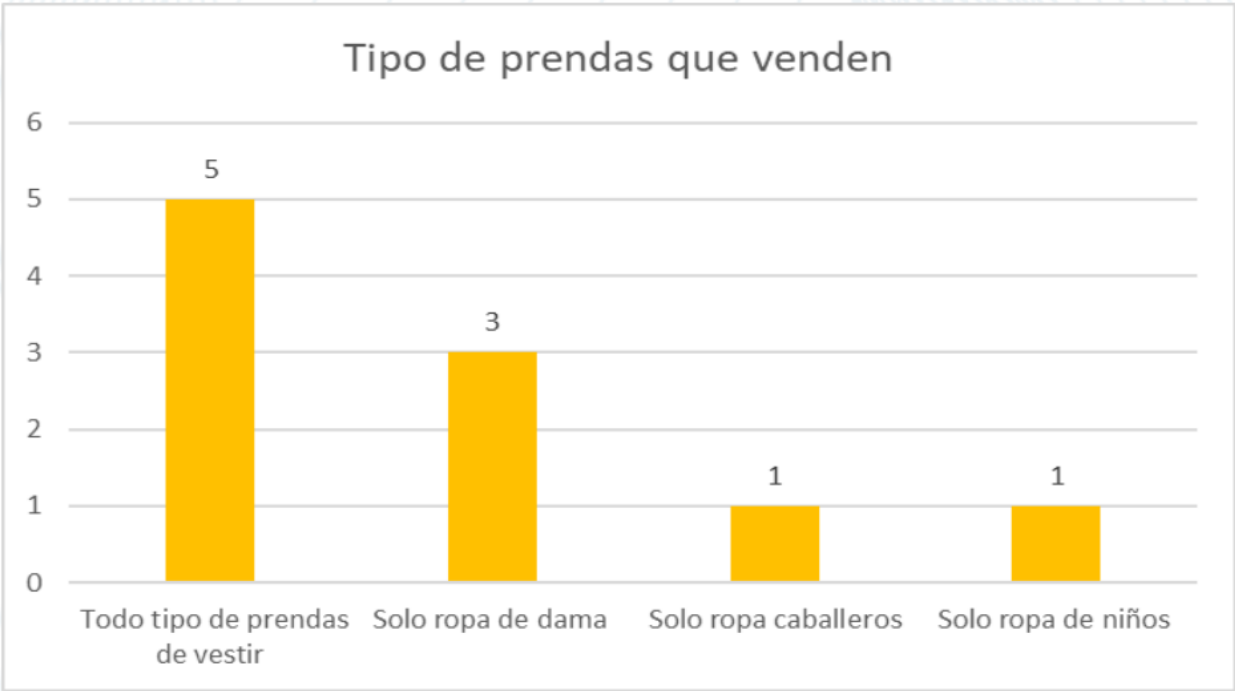
Grafica No.6. Actividad a la que se dedica.



Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en la grafica la mayor parte solo se dedica a la venta de prendas de vestir, y no muchas de ellas su actividad principal es la venta de estas.

Grafica No.7. Tipo de Prendas que venden.



Fuente: Elaboración Propia



Como se observa en la grafica las tiendas que más venden son las que tienen para todo tipo de personas, pero se observa a su vez que las prendas de mujer es lo que más venta tiene.

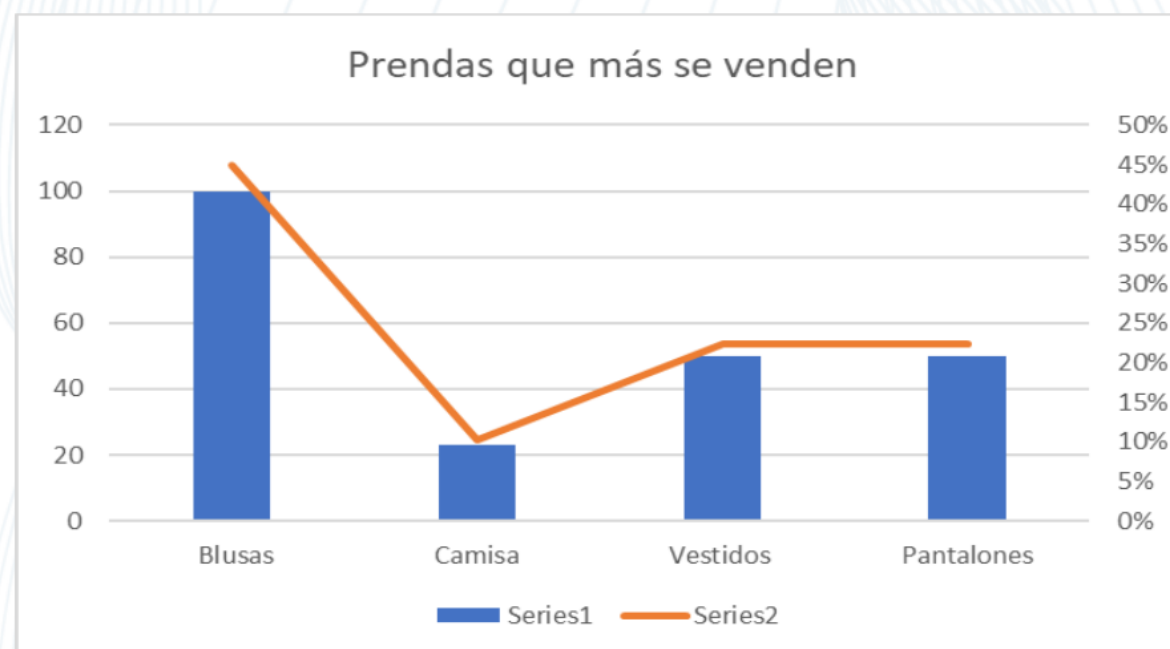
Grafica No.8. Cantidad de Prendas vendidas en un día por la competencia.



Fuente: Elaboración Propia

Como podemos observar de los 10 almacenes encuestados cada uno tiene sus ventas diarias y en las que se reflejan menos ventas son las que tiene otras actividades principales y la venta de prendas de vestir es su actividad secundaria.

Grafica No.9. Prendas que más se venden.



Fuente: Elaboración Propia



Como se observa y se demuestra en la grafica las prendas que mas se venden son las destinadas a mujeres, ya que cuentan con un porcentaje mayor en ventas.

9.3. Análisis Del Mercado De Las Prendas De Vestir.

Teniendo en cuenta la información recolectada con las por las investigaciones y encuestas realizadas a nuestra competencia, estas no confeccionan sus propias prendas de vestir para la venta, estos negocios compran a terceros para luego vender estos productos lo que le daría una gran ventaja a Confecciones Hermelina puesto que este negocio tendría sus propios diseños y confeccionaría directamente las prendas de vestir que vendería, esto a su vez tendría su sello personal y marcaría diferencia a la hora de calidad e innovación en cada prenda de vestir.

9.4. Análisis del sector.

La industria de la moda en Colombia, en cuanto a participación en el mercado se refiere, se encuentra posicionado como uno de los primeros exportadores en temas de confecciones de tejido plano en toda Suramérica.

“La industria de la moda representa el 9,4% sobre el total del PIB industrial y emplea alrededor de 600 mil personas. En 2019, las ventas de prendas de vestir, alcanzaron un valor de USD 8 mil millones y más de 1.200 empresas colombianas de esta industria exportaron sus prendas a más de 100 países.” (colombia, 2021).

Teniendo en cuenta la información podemos decir que gracias a que Colombia cuenta con mas de 100 años de tradición lo cual a causado que se mantenga a través del tiempo, el mercado local se ha vuelto más atractivo para el desarrollo de la industria, cada vez se realizan inversiones porque cada día se destaca mas en los subsectores textiles en un 45,3% y un 29,4% en confecciones de ropa, Colombia cuenta con grandes oportunidades a niveles regionales ya que cuenta con la capacidad para producir una gran cantidad de productos.



10. ESTRATEGIAS COMERCIALES.

10.1. Fijación De Precios.

Confecciones Hermelina busca tener una utilidad a mediano y largo plazo, brindando sus productos que son prendas de vestir, de acuerdo al mercado actual, se tendrán en cuenta los tipos de clientes, según las investigaciones realizadas en el comercio del municipio de Aracataca se logró obtener información estimada del valor de cada prenda.

Tabla 1. Promedio Valor Unitario de la competencia.

Prenda de vestir	Precios Aproximados
Blusa	entre 35.000 y 45.000 pesos
Vestido	entre 40.000 y 60.000 pesos
Pantalón tipo clásico	entre 35.000 y 55.000 pesos

Fuente: Elaboración Propia

Por tal motivo Confecciones Hermelina debe tratar de mantenerse en el rango de estos precios para poder competir en el mercado, para obtener esos precios debe tener en cuenta que el Precio de Venta= (Materia Prima + Mano de obra + C.i.f) + Utilidad esperada.

10.2. Estrategias de Ventas.

Confecciones Hermelina desea dejar en claro la innovación y la alta calidad en sus productos demostrando siempre su factor diferenciador de su competencia en el mercado de Aracataca.

- Se mencionará las características y cualidades positivas de los productos.
- Que la experiencia de compra sea diferente para cada cliente.
- Que cada cliente pueda obtener algo diferenciador en su prenda.

Teniendo en cuenta y en base a la información obtenida por la encuesta realizada entre la competencia se ha promediado las ventas diarias y esto nos arrojó un valor promedio de cuantas prendas se pueden vender en el día.

**Tabla 2. Promedio de Ventas Diarias.**

Encuesta a Almacenes	
Almacenes	No. Ventas día
1	25
2	15
3	20
4	10
5	10
6	30
7	35
8	36
9	10
10	32
Total	223
Promedio	15

Fuente: Elaboración Propia

Gracias a este promedio de ventas diarias se logro promediar el numero de ventas mensuales que se deben realizar.

Tabla 3. Promedio de Ventas Mensuales.

Estimado de ventas	
Ventas al día	15
Días del Mes	30
Total Ventas	446

Fuente: Elaboración Propia

Con este promedio de ventas se puede tener como base cuantas ventas se deben hacer para mantenerse mensualmente.

10.3. Estrategias de Distribución.

Conforme el Diccionario de Marketing. (Pujol bengoechea, 1999), un canal de distribución es cada camino, circuito o etapa diferente que interviene de manera independiente en el suministro bienes y servicios desde el productor hasta el consumidor final".



Este proyecto contara con una distribución directa, debido a que se utilizaran ventas directamente, es decir, los productos saldrían de fabrica directamente al local comercial de Confecciones Hermelina y también se utilizaría servicio de domicilio permitiendo con esto llegar directamente al cliente.

10.3.1. Canales de Distribución.

Dentro de las expectativas de los canales de distribución se contemplan de la siguiente manera:

Figura 2. Canales de Distribución del Producto.



Fuente: Elaboración Propia

10.3.2. Presupuesto de Distribución.

Confecciones Hermelina Contará con distribución del producto final, el servicio de domicilio en el municipio de Aracataca, una persona contratada bajo la modalidad de servicio de domiciliario, el costo de este servicio será incluido dentro de los C.I.F.

Tabla 4. Presupuesto de Distribución a los clientes.

Servicio	Pago Mensual	Pago Anual
Domiciliario	\$150.000	\$1.800.000

Fuente: Elaboración Propia



10.4. Estrategias De Marketing.

10.4.1. Publicidad.

“la publicidad es una forma de comunicación que puede ser visual, escrita o auditiva cuya función es informar a los consumidores sobre un producto” (Wikipedia, 2021).

Teniendo en cuenta esta definición Confecciones Hermelina ha optado por los siguientes métodos de publicidad.

- a) Publicidad en el medio radiofónico, el cual se optará pagar por publicidad en la estación radial local.
- b) Publicidad Impresa, Se repartirán flyer publicitarios con información del negocio.
- c) Publicidad Online, La cual se realizará por medio de las redes sociales del negocio.
- d) Vallas publicitarias, Se colocará una valla en la vía central del municipio de Aracataca.

10.4.2. Presupuesto de marketing.

“un presupuesto de marketing es un tipo de presupuesto que delimita el gasto de la empresa durante un tiempo de terminado”. (Economipedia, 2019)

Teniendo en cuenta lo antes descrito cabe resaltar que para tener un plan de marketing es importante clasificar las herramientas en cuatro grandes grupos, llamándolo las cuatro de P de la mercadotecnia.

10.4.2.1. Producto.

“el producto es cualquier objeto, servicio o idea que es capaz de satisfacer una necesidad que representa la oferta de la empresa”. (Pujol Bengoechea, 1999)

Para Confecciones Hermelina es muy importante siempre tener presente la alta calidad de los productos a ofrecer. De allí la importancia de dar a conocer el producto a los clientes y demostrarles cada una de sus características diferenciadoras ante la competencia.



10.4.2.2. Plaza.

Según lo definido anteriormente en los canales de distribución, Confecciones Hermelina utilizara el local comercial que esta junta a la planta de producción y servicio de domiciliario par las compras que sean realizadas por internet.

10.4.2.3. Precio.

Según los autores del libro de Marketing, “el precio es la cantidad de dinero que debe pagar un cliente para obtener el producto” (Kotler , Armstrong, Camara, & cruz, 2004, pág. 62) Cabe mencionar que, para establecer inicialmente el precio, se realizaron cálculos necesarios para determinar los precios de cada prenda de vestir, es decir, el costo de producir cada prenda.

10.4.2.4. Promoción.

Confecciones Hermelina en lo referente a la promoción, es necesario crear alianzas estratégicas, interacción con la población. Con el fin de dar a conocer los tipos de productos que ofrece para crear una relación cercana con los clientes.

Tabla 5. Presupuesto de marketing.

	Presupuesto Mensual	Presupuesto Anual
Publicidad Radiofónica	\$15.000	\$180.000
Flyer Publicitarios	\$10.000	\$120.000
Publicidad Online	\$25.000	\$300.000
Vallas Publicitarias	\$50.000	\$600.000
Total, P. Marketing	\$100.000	\$1.200.000

Fuente: Elaboración Propia



10.5. Estrategias Comerciales.

“Es una herramienta esencial para planificar las actividades y acciones de cualquier organización”. (Factufacil, 2020)

Por tal motivo se realizaron proyecciones de ventas para alcanzar un punto de equilibrio.

10.5.1. proyección de ventas.

A continuación, se estimaron unas proyecciones de ventas que permitirían tener un punto de equilibrio.

Tabla 6. Proyección de Ventas para Blusas.

PRESUPUESTO DE VENTAS AÑO 1	PIEZAS VENDIDAS
MES 1	362
MES 2	452
MES 3	362
MES 4	229
MES 5	229
MES 6	229
MES 7	452
MES 8	229
MES 9	229
MES 10	229
MES 11	229
MES 12	273
TOTALES	Total Unid A Anuales.
	3.503

Fuente: Elaboración Propia



Tabla 7. Proyección de Ventas para vestidos.

PRESUPUESTO DE VENTAS AÑO 1	PIEZAS VENDIDAS
MES 1	333
MES 2	422
MES 3	333
MES 4	199
MES 5	199
MES 6	199
MES 7	422
MES 8	199
MES 9	199
MES 10	199
MES 11	199
MES 12	243
TOTALES	Total Unid A Anuales. 3.143

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 8. Proyección de Ventas para Pantalones.

PRESUPUESTO DE VENTAS AÑO 1	PIEZAS VENDIDAS
MES 1	356
MES 2	445
MES 3	356
MES 4	222
MES 5	222
MES 6	222
MES 7	445
MES 8	222
MES 9	222
MES 10	222
MES 11	222
MES 12	267
TOTALES	Total Unid A Anuales. 3.427

Fuente: Elaboración Propia

Teniendo en Cuentas las proyecciones anteriores cabe resaltar que en los meses de julio y diciembre se estima un incremento del 50% de las ventas por motivos de fiestas tradicionales en el municipio; para el mes de junio y agosto se estima un incremento del 30% de las ventas por



motivos de fiestas patronales y patrias en los municipios cercanos de Aracataca, y para el mes de mayo el incremento del 10% por motivo del día de las madres.

Tabla 9. Proyección de Ventas consolidadas para el primer año.

P. DE VENTAS AÑO 1	PIEZAS VENDIDAS
MES 1	1.051
MES 2	1.319
MES 3	1.051
MES 4	650
MES 5	650
MES 6	650
MES 7	1.319
MES 8	650
MES 9	650
MES 10	650
MES 11	650
MES 12	784
TOTALES	Total Unid A Anuales.
	10.073

Fuente: Elaboración Propia

VIGILADA MINEDUCACIÓN



11. PLAN OPERACIONAL.

11.1. Localización de la Planta.

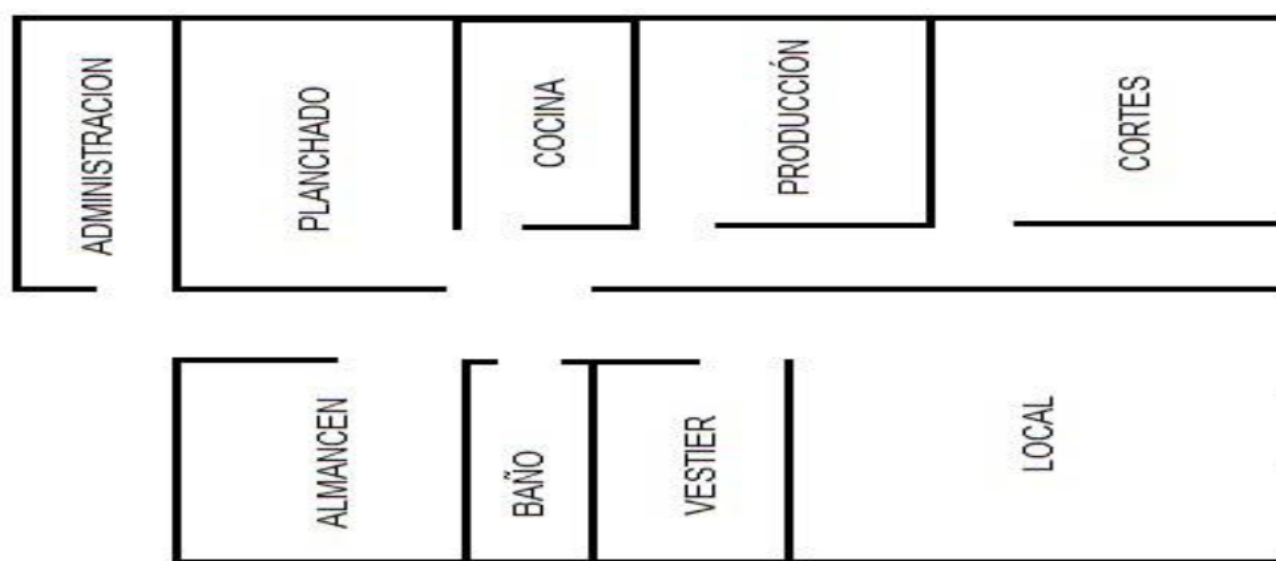
Confecciones Hermelina se encuentra localizada en municipio de Aracataca en la calle 5 entre la carrera 3 y 4 con nomenclatura #4-20 Barrio Loma Fresca, ubicada en un terreno con dimensiones de 7,93 Mts de frente y 11 Mts de largo.

11.2. Descripción de Infraestructura.

Dentro del terreno se encuentran:

- 1 oficina correspondiente a la administración.
- 1 área de cafetera para uso de todo el personal.
- 1 baño para uso del personal.
- 3 áreas para la producción designadas 1 área para corte y almacén de materias primas, 1 área para ubicar la maquinaria y 1 área para el planchado.
- 1 rea de almacenamiento para guardar las prendas ya terminadas.
- 1 local comercial el cual incluye el vestuario.

Figura 3. Distribución de la planta.



Fuente: Elaboración Propia



11.2.1. Inversión de la planta.

A continuación, se describe la inversión que se realizaría para las adecuaciones de la planta para poder iniciar las actividades de producción y venta.

Tabla 10. Inversión de la Planta.

DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE PLANTA Y VALOR INVERSIÓN.				
ESPACIOS FÍSICOS	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR ADECUACIÓN	VALOR TOTAL
Área de Oficinas	1	m2	\$ 300.000	\$ 300.000
Área de Cafetería	1	m2	\$ 300.000	\$ 300.000
Área de Baños	1	m2	\$ 300.000	\$ 300.000
Área de Almacenamiento	1	m2	\$ 300.000	\$ 300.000
Área de producción	3	m2	\$ 300.000	\$ 900.000
Punto atención y Venta.	1	m2	\$ 250.000	\$ 250.000
Punto de iluminación	10	Puntos	\$ 35.000	\$ 350.000
Puntos eléctricos	15	Puntos	\$ 40.000	\$ 600.000
Puntos de Agua Potable	3	Puntos	\$ 50.000	\$ 150.000
			VALOR DE LA INVERSIÓN EN PLANTA	\$ 3.450.000

Fuente: Elaboración Propia

11.3. Descripción del proceso.

11.3.1. Cronograma de Actividades.

Figura 4. Cronograma de Actividades.

Actividad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Solicitud de Crédito y Aportes de Socios					
Adecuación de Planta y Compra de maquinaria					
Constitución legal de la empresa					
Reclutamiento de personal					
Elaboración de Publicidad					
Comprar Materia Prima					
Producción en marcha					
evaluación de resultados					
Toma de decisiones					

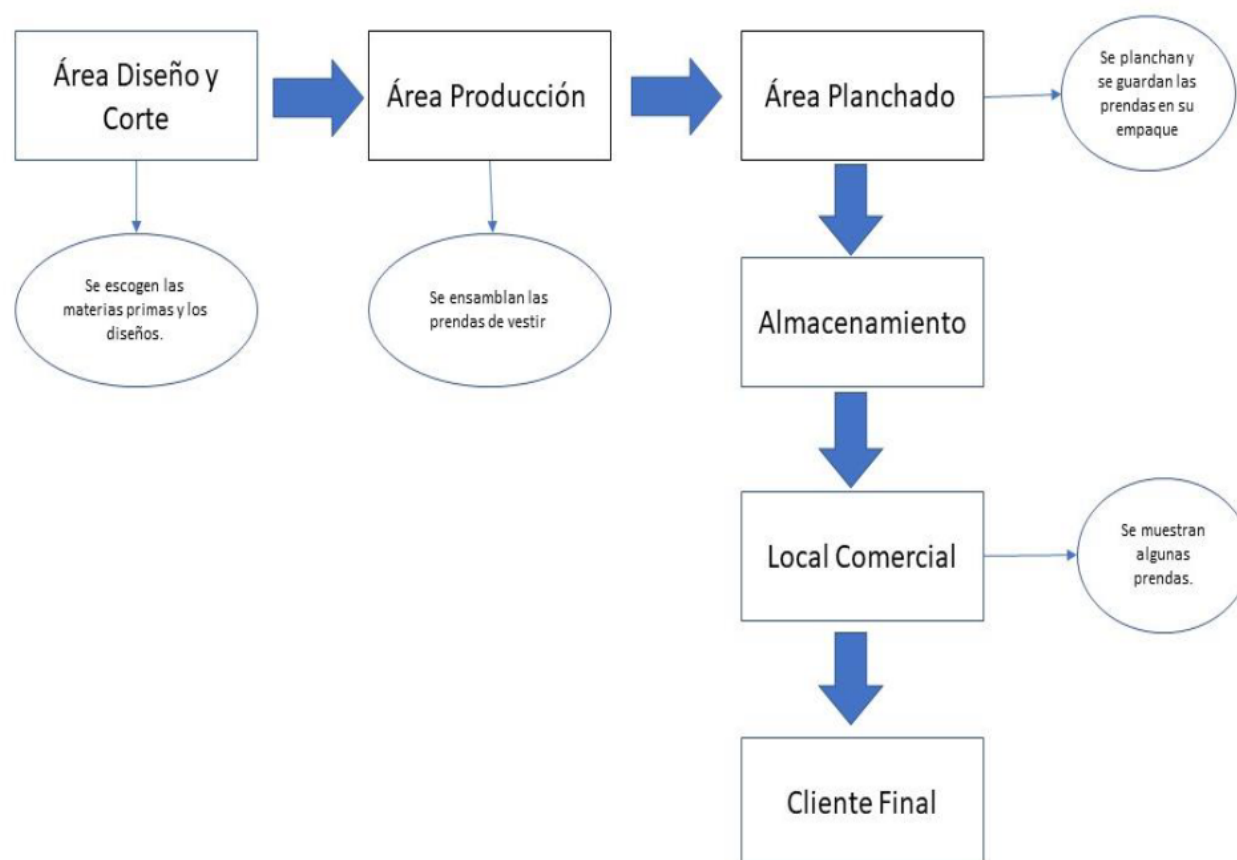
Fuente: Elaboración Propia



11.3.1. Diagrama de Producción.

A continuación, se diseñó un diagrama de producción.

Figura 5. Diagrama de Producción.



Fuente: Elaboración Propia

11.4. Costos de Maquinaria y Equipo.

Para desarrollar el proyecto es necesario comprar maquinaria que es importante para llevar a cabo la producción a termino de cada producto por tal motivo se cotizaron los equipos necesarios.

**Tabla 11. Costos de la Maquinaria.**

ESTIMACIÓN RECURSOS DE PLANTA PRODUCCIÓN ANUAL.			
MAQUINARIA PARA PRODUCCIÓN	CANTIDAD NECESARIA	VALOR UNITARIO	TOTAL INVERSIÓN
Maquina de coser Sencilla singer	3	\$800.000	\$2.400.000
Fileteadora Sencilla	3	\$800.000	\$2.400.000
Maquina de coser plana singer	1	\$1.099.990	\$1.099.990
Fileteradora industrial	1	\$1.500.000	\$1.500.000
Maquina Computarizada para bordar	1	\$6.200.000	\$6.200.000
Planchas de Ropa	3	\$150.000	\$450.000
Troquedora para broches	2	\$200.000	\$400.000
VALOR TOTAL MAQUINARIA			14.449.990

Fuente: Elaboración Propia

También se cotizaron muebles y enseres que son necesarios para equipar el local comercial y la oficina de administración.

Tabla 12. Costos de Muebles y Enseres.

EQUIPOS DE OFICINA Y MUEBLES DE LOCAL	CANTIDAD NECESARIA	VALOR UNITARIO	TOTAL INVERSIÓN
Computadoras	2	\$1.300.000	\$2.600.000
Combo Pos Impresora 58mm + Lector Codigos + Cajon Monedero	1	\$500.000	\$500.000
Teléfonos	1	\$150.000	\$150.000
Impresora laser HP	1	\$599.000	\$599.000
Escritorios y Muebles de oficina	1	\$459.000	\$459.000
Muebles Cafetería	1	\$200.000	\$200.000
Exhibidores de ropa	10	\$100.000	\$1.000.000
Mostradores	1	\$150.000	\$150.000
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA Y MUEBLES DE LOCAL COMERCIAL			5.658.000

Fuente: Elaboración Propia.



11.5. La Organización.

11.5.1. Estrategias Organizacionales.

11.5.1.1. Método Canvas.

Para este plan de negocio se desarrollo una estrategia de manera organizada por medio del método canvas, obteniendo así puntos clave para el desarrollo del plan de negocio, Según la información recogida podríamos definir que nuestro método canvas quedaría de la siguiente manera.

Figura 6. Modelo Canvas.

Aliados Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con el Cliente	Segmentos de Clientes
Nuestros aliados claves son los proveedores de textiles, botones, cierres y otros.	Elaboración de prendas de vestir en línea de producción	Elaboración de prendas de vestir en línea para personas desde las tallas pequeñas hasta las tallas más grandes.	Asesoría 100% personalizadas antes, durante y después.	Personas de todas las edades.
Todo lo relacionado con bisutería y adornes para ropa de vestir	Recursos Clave • Maquinaria. • Personal de trabajo. • Créditos Bancarios.		Canales • Local comercial • Redes Sociales • Servicio de mensajería.	
Estructura de Costes • Personal para manejar la maquinaria • Costos fijos y variables		Fuente de Ingresos • Venta de prendas de vestir. • Plan separe.		

Fuente: Elaboración Propia

Después de recabar la información se obtuvo un paso a paso de cómo se debe proceder para obtener los objetivos deseados es importante recordar que cada paso va ligado directamente al anterior, porque si se omite algún paso no funcionara el método y existiría un fracaso, y sobre todo es un punto de partida para tener claro quiénes son nuestros aliados claves y la estructura del costo.



11.5.1.2. Matriz Dofa.

Esta matriz es de ayuda para el desarrollo de este plan de negocio, gracias a que se identificaran sus debilidades para así fortalecerlos y sobre todo dejar claro cuales son las amenazas que este negocio enfrenta para así crear oportunidades.

Figura 7. Matriz Dofa.

Aspectos Internos	Fortalezas (F)	Debilidades (D)
	• Marca legalmente constituida • Precios accesibles al publico • Alta calidad en el producto	• La alta Producción y no tener las ventas deseadas. • la Inexperiencia en el mercado
Aspectos Externos	Oportunidad (O)	Estrategia FO
	• Innovación en los productos • Buenas relaciones con los proveedores	• Aprovechar la alta calidad e innovación de los productos para ser una competencia fuerte en el mercado. • Aprovechar al máximo los beneficios de los proveedores para siempre tener buenos precios para el publico.
	Amenazas (A)	Estrategia DA
	• La mala competitividad en el mercado por parte la competencia. • Incremento de la competencia directa por parte de comercializadoras de prendas extranjeras • Copia de los diseños	• Concretar estrategias de mercado para generar confianza en consumidor y que no se afecte la credibilidad del negocio.

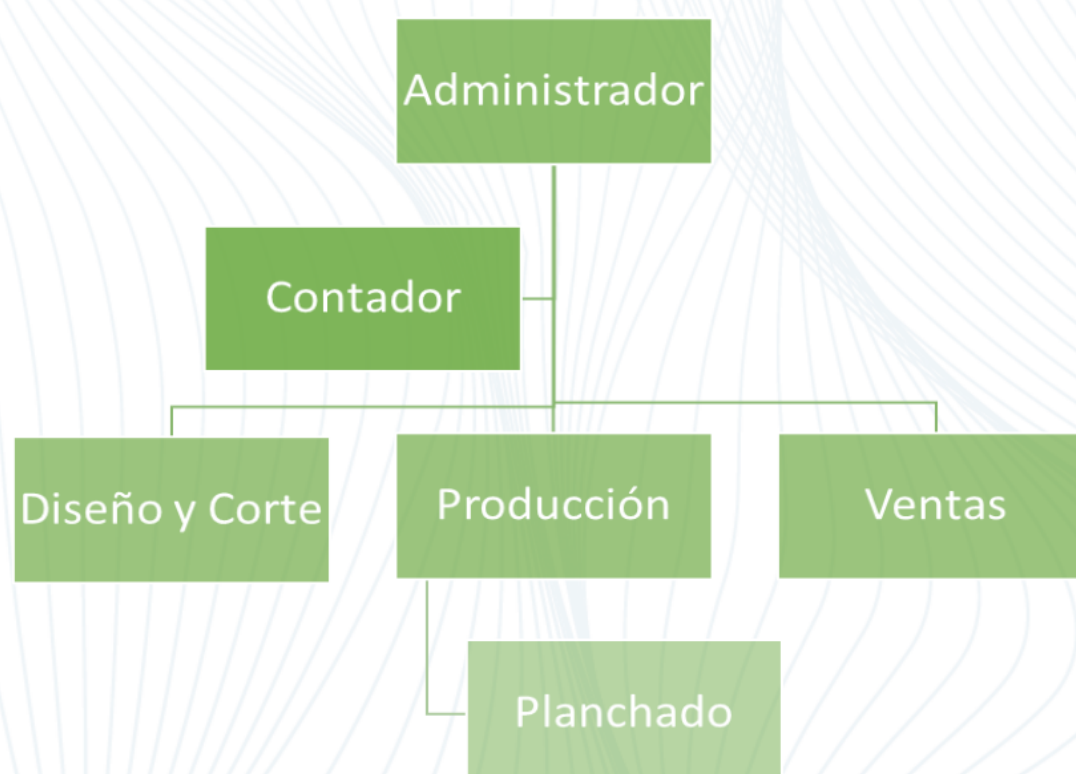
Fuente: Elaboración Propia

En la imagen anterior se describe la matriz Dofa donde se muestran descritas las estrategias a realizar para minimizar las debilidades y amenazas con las que se encontrara el negocio y así aprovechar al máximo las fortalezas y las oportunidades, para que el negocio se desarrolle de manera adecuada.



11.5.2. Estructura Organizacional.

Figura 8. Estructura Organizacional A Futuro Del Negocio.



Fuente: Elaboración Propia

11.6. Recursos Humanos.

11.6.1. Gastos de personal.

El equipo de trabajo para la puesta en marcha del proyecto serán 9 personas:

Tabla 13. Nómina de Empleados.

CARGO A DESEMPEÑAR EN LA EMPRESA.	N° DE EMPLEADOS	SUELDO MENSUAL \$	VALOR SUBSIDIO DE TRANSPORTE	TOTAL SUELDO MENSUAL \$	DEDUCCIONES DE		TOTAL DEDUCCIONES EMPLEADO MES	TOTAL PAGO SALARIO EMPLEADO
					SALUD EPS 4%	PENSIONE S 4%		
<i>Administrador</i>	1	\$1.200.000	\$106.454	\$1.306.454	\$48.000	\$48.000	\$96.000	\$1.210.454
<i>Aux. administrativa</i>	1	\$908.526	\$106.454	\$1.014.980	\$36.341	\$36.341	\$72.682	\$942.298
<i>Corte y Diseño</i>	2	\$908.526	\$106.454	\$1.014.980	\$36.341	\$36.341	\$72.682	\$942.298
<i>Modista</i>	3	\$1.000.000	\$106.454	\$1.106.454	\$40.000	\$40.000	\$80.000	\$1.026.454
<i>Asesora ventas</i>	1	\$908.526	\$106.454	\$1.014.980	\$36.341	\$36.341	\$72.682	\$942.298
<i>Planchadora</i>	1	\$908.526	\$106.454	\$1.014.980	\$36.341	\$36.341	\$72.682	\$942.298
NÚMERO DE EMP	9		\$638.724	\$6.472.828			\$466.728	\$6.006.100

Fuente: Elaboración Propia



Tabla 14. Nómina De Empleados De Parafiscales.

LA NÓMINA DE PERSONAL PARA LA EMPRESA											
CARGO A DESEMPEÑAR EN LA EMPRESA.	TOTAL PAGO SALARIO EMPLEADO	GASTOS DE NÓMINA			TOTAL PAGO APORTES	PRIMA DE SERVICIOS ANUAL 8,33%	PRIMA DE VACACIONES ANUAL 4,17%	PAGO CESANTÍAS ANUAL	PAGO INTERÉS CESANTÍAS	TOTAL SUELDO ANUAL POR EMPLEADO	TOTAL SUELDO ANUAL POR # EMPLEADOS EN
		CCF 4%	PENSIONES 12%	ARL 5,22%							
Administrador	\$1.210.454	\$48.000	\$144.000	\$6.264	\$198.264	\$1.305.931	\$600.480	\$1.305.931	\$156.712	\$21.425.671	\$21.425.671
Aux. administrativa	\$942.298	\$36.341	\$109.023	\$4.743	\$150.107	\$1.014.574	\$454.626	\$1.014.574	\$121.749	\$16.586.563	\$16.586.563
Corte y Diseño	\$942.298	\$36.341	\$109.023	\$4.743	\$150.107	\$1.014.574	\$454.626	\$1.014.574	\$121.749	\$16.586.563	\$33.173.127
Modista	\$1.026.454	\$40.000	\$120.000	\$5.220	\$165.220	\$1.106.011	\$500.400	\$1.106.011	\$132.721	\$18.105.232	\$54.315.697
Asesora ventas	\$942.298	\$36.341	\$109.023	\$4.743	\$150.107	\$1.014.574	\$454.626	\$1.014.574	\$121.749	\$16.586.563	\$16.586.563
Planchadora	\$942.298	\$36.341	\$109.023	\$4.743	\$150.107	\$1.014.574	\$454.626	\$1.014.574	\$121.749	\$16.586.563	\$16.586.563
NÚMERO DE EMP	\$6.006.100				\$963.911	\$6.470.239	\$2.919.386	\$6.470.239	\$776.429	\$105.877.156	\$158.674.184

Fuente: Elaboración Propia

11.6.2. Cargos y perfiles del Personal.

A continuación, se describen las funciones que realizarán las personas que desempeñarán los cargos dentro del negocio.

- **Administrador:**

Sus funciones son: planear. Organizar, dirigir, coordinar, controlar y evaluar, esto con el fin de anticipadamente determinar lo que se realizara y con ello brindar un direccionamiento correcto a la empresa.

Tareas:

- Supervisar que las obligaciones legales se lleven a cabo junto con los pagos oportunos de tributos.
- Presentar los presupuestos, planes de las actividades, económicas, financieras e inversiones para la entidad.
- Contratación del personal y la responsabilidad de mantener una relación cordial con ellos y entre ellos, para así poder lograr lo que se propuso en los objetivos iniciales.



- **Auxiliar Administrativo:**

Su función es ser de apoyo en todo lo relacionado con la administración del negocio.

- Llevar el manejo de la caja.
- Llevar el manejo de las redes Sociales del negocio-
- Llevar el manejo diario de todo lo relacionado con las ventas.

- **Corte y Diseño:**

Las Funciones del encargado de esto puesto de trabajo es:

- Ser apoyo en la creación de diseños.
- Ser muy dedicados y precisos al momento de realizar el corte de las materias primas.

- **Modistas:**

Sus funciones serán:

- Ensamblaje de las prendas de vestir.
- Terminación de las prendas de vestir.
- Finalización y detallado con las etiquetas.

- **Planchadora:**

Sus Funciones serán:

- Planchado de las prendas de vestir.
- Ultima revisión de calidad de las prendas.

- **Asesora de Ventas:**

Sus funciones serán asesorar y servir de apoyo a los clientes a la hora de la compra.



12. PLAN FINANCIERO.

12.1. Constitución de la Empresa.

Primero se debe revisar el nombre en el RUES (Rues, 2021), para no caer en la duplicidad del nombre esto se realiza en la página (ver anexo), la documentación necesaria para la constitución es:

Un documento privado donde se definirá el estatuto de la empresa; es decir la estructura de la organización. El PRE RUT se debe diligenciar en la DIAN donde se selecciona la inscripción del RUT y luego la cámara de comercio; además se debe tener fotocopia de la cedula del Representante Legal y por último en este paso se debe diligenciar el formulario único empresarial donde llevara todos los datos de la empresa, terminado esta fase donde se realizan los trámites necesarios ante la DIAN y la Cámara de Comercio se debe realizar los trámites para obtener el Registro Industrial y Comercial de la Tesorería, se debe completar el formulario. Para verificar los el valor de Sayco-acimpro (Osa, 2021),(ver anexo).

Tabla 15. Gastos de Constitución.

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
Camara de comercio	\$180.000
Inscripcion en el RUT	\$0
Inscripcion en el RIT	\$0
Bomberos	\$80.000
Sayco y Acimpro	\$194.600
Tramites en la Alcaldia	\$200.000
Hospital	\$50.000
VALOR TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN Y APERTURA	\$704.600

Fuente: Elaboración Propia



12.1.1. Inversión Inicial para el Proyecto.

En resumidas cuentas, la inversión inicial total en cuanto a recursos de planta y gastos de funcionamiento para el presente proyecto es:

Tabla 16. Inversión Inicial.

INVERSIÓN INICIAL PARA EL PROYECTO.	
INVERSIÓN EN GASTOS CONSTITUCIÓN	\$704.600
INVERSIÓN EN INSTALACIONES FÍSICAS DE PLANTA	\$3.450.000
INVERSIÓN EN RECURSOS DE MAQUINARIA Y ENSERES	\$20.107.990
INVERSIÓN TOTAL EN RECURSOS DE PLANTA Y FUNCIONAMIENTO	\$24.262.590

Fuente: Elaboración Propia

12.1.2. Gastos Anuales de Administración.

A continuación, se relacionan los gastos administrativos o costos fijos presupuesto mensual y anualmente que se generaran con la puesta en marcha del proyecto. Son gastos en los que se incurrirán se genere o no se genere ingresos para la empresa.

Tabla 17. Gastos Fijos Anuales de Administración.

GASTOS ADMINISTRATIVOS ANUALES		
	Mensual	Anual
Nomina Administrativa	\$1.785.473	\$21.425.671
Nomina Aux. Administrativo	\$1.382.214	\$16.586.563
Nomina Ventas	\$1.382.214	\$16.586.563
Servicios Públicos (Teléfono, luz, agua, etc).	\$320.000	\$3.840.000
Servicios de Redes e Internet	\$60.000	\$720.000
Mantenimiento de Maquinas, Equipos, M y E.	\$150.000	\$1.800.000
Arrendamiento	\$900.000	\$10.800.000
Gastos promociones	\$100.000	\$1.200.000
Gastos de cafetería y Aseo	\$60.000	\$720.000
Gastos de Seguridad	\$110.000	\$1.320.000
Gastos de papelería y utiles de oficina	\$100.000	\$1.200.000
Honorarios (Contador)	\$950.000	\$11.400.000
Gasto de Transporte	\$150.000	\$1.800.000
Seguro Varios	\$41.667	\$500.000
Depreciacion	\$222.475	\$2.669.700
Otros Gastos	\$83.333	\$1.000.000
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$7.797.375	\$93.568.497

Fuente: Elaboración Propia



12.1.2. Fuentes de Financiación.

En el presente estudio del plan de negocio se necesita un capital de 80 millones de pesos colombianos, con lo cual se pretende cubrir los \$24,262,590 de la inversión inicial y los primeros meses del capital de trabajo. Teniendo en cuenta la información anterior la inversión se obtendrán de la siguiente manera: los aportes de los socios serán un 25% que serían \$20,000,000 de recursos propios y el 75% restante se obtendrá por medio de un préstamo en una entidad financiera.

Tabla 18. Estructura Financiera.

ESTRUCTURA FINANCIERA DEL PROYECTO.					
PORCENTAJE DE APALANCAMIENTO	% PRÉSTAMO A TRAVÉS DE CRÉDITO	75%	VALOR DEL PRÉSTAMO EN Banco de Bogota	VALOR CAPITAL APORTADO POR SOCIOS	INVERSIÓN TOTAL EN ACTIVOS PARA EL PROYECTO.
	% CAPITAL INICIAL	25%	\$ 60.000.000	\$ 20.000.000	\$ 80.000.000

Fuente: Elaboración Propia

El aporte de los socios será por partes iguales de la siguiente manera.

Tabla 19. Aportes Socios.

APORTE SOCIOS.			
Socios	Porcentaje	VALOR	Total
Hermelina Guerra	50%	\$ 10.000.000	\$ 20.000.000
Rafael Moreno	50%	\$ 10.000.000	

Fuente: Elaboración Propia

El apalancamiento financiero por el restante 75% de la inversión inicial presupuestada para el proyecto por valor de \$60.000.000 se obtendrá con el Banco de Bogotá ya que es el banco que beneficia a la empresa en cuanto a tasa de interés, quienes ofrecen a la empresa una tasa de



interés efectiva anual de 25,34% y tasa de interés mensual de 1,90%, previamente se realizaron cotizaciones con diferentes bancos, pero por ubicación se prefirió este banco.

Figura 9. Cotización de Crédito.

La información presentada es un cálculo aproximado (cumple con las condiciones de la Ley 546 de 1999) basado en la información

Fuente: Banco de Bogota (Bogota, 2021)

A continuación, se muestra la tabla de amortización anual del crédito con el banco de Bogotá.

Tabla 20. Tabla de Amortización.

TABLA DE AMORTIZACIÓN ANUAL.					
PERIODO	CUOTA	INTERÉS	SEGURO DE VIDA	AMORTIZACIÓN	CAPITAL VIVO
0					\$ 60.000.000
1	\$ 20.812.092	\$ 12.951.992	\$ 597.600	\$ 7.262.500	\$ 52.737.500
2	\$ 20.812.092	\$ 11.111.663	\$ 597.600	\$ 9.102.829	\$ 43.634.671
3	\$ 20.812.092	\$ 8.804.993	\$ 597.600	\$ 11.409.499	\$ 32.225.172
4	\$ 20.812.092	\$ 5.913.809	\$ 597.600	\$ 14.300.683	\$ 17.924.489
5	\$ 20.812.092	\$ 2.289.995	\$ 597.600	\$ 17.924.497	-\$ 8
	\$ 104.060.460	\$ 41.072.452	\$ 2.988.000	\$ 60.000.008	

Fuente: Elaboración Propia



12.2. Estimación de Producción.

12.2.1. Estimación de Corte De Prendas.

Para poder llevar a cabo el plan de negocio fue necesario estimar la cantidad de prendas que puede cortar una persona por hora y para llevar a cabo esta tarea se planea contratar a 2 mujeres, en base a esto se realizó la estimación de lo que cada una podría cortar en base a 8 horas laborales.

Tabla 21. Estimación de Corte.

	ESTIMACIÓN CORTE DE PRENDAS DE VESTIR.					
	Unidades a Fabricar por Hora	Horas Trabajadas por Día	Unidades a Producir por Día	Unidades a Producir por Semana	Unidades a Producir por Mes	Unidades a Producir por Año
Corte 1	3	8	24	144	624	7.488
Corte 2	3	8	24	144	624	7.488
					Total prendas	14.976

Fuente: Elaboración Propia

Según la tabla anterior se muestra que cada persona encargada de corte puede cortar 3 prendas de vestir en una hora y así lograr un estimado de prendas a producir.

12.2.2. Estimación de Producción de las Prendas de Vestir.

Para poder llevar a cabo el plan de negocio fue necesario estimar la cantidad de prendas que puede elaborar la modista en una hora y como se planea emplear a 3 mujeres para desempeñar estas tareas, en base a esto se realizó la estimación de lo que cada una podría producir.



Tabla 22. Estimación de Producción.

ESTIMACIÓN PRODUCCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR.						
	Unidades a Fabricar por Hora	Horas Trabajadas por Día	Unidades a Producir por Día	Unidades a Producir por Semana	Unidades a Producir por Mes	Unidades a Producir por Año
Blusas	2	8	16	96	416	4.992
Vestidos	2	8	16	96	416	4.992
Pantalones	2	8	16	96	416	4.992
					Total prendas	14.976

Fuente: Elaboración Propia

12.2.3. Estimación de Materias Primas.

Para llevar a cabo la producción de prendas de vestir se estimaron los costos iniciales de las materias primas por cada prenda, sin incluir por el momento de insumos por cada prenda.

Tabla 23. Estimación de Materia Prima de Blusas.

ESTIMACIÓN COSTO DE UNA BLUSA					
MATERIAS PRIMAS		CANTIDAD A	CANTIDAD EN PRECIO	CANTIDAD NECESARIA	COSTO TOTAL
Tela	Metros	1	\$ 13.000,00	\$ 13.000,00	\$ 13.000,00
Botones	Unidad	6	\$ 160,00	\$ 960,00	\$ 960,00
Hilo	unidad	1	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
COSTO TOTAL DE PRODUCCION POR UNIDAD					\$ 15.360,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 24. Estimación de Materia Prima de Vestidos.

ESTIMACIÓN COSTO DE UN VESTIDO					
MATERIAS PRIMAS		CANTIDAD A	CANTIDAD EN PRECIO	CANTIDAD NECESARIA	COSTO TOTAL
Tela	Metros	1,50	\$ 13.000,00	\$ 19.500,00	\$ 19.500,00
Botones lujo	Unidad	3	\$ 300,00	\$ 900,00	\$ 900,00
Correderas	Unidad	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Interlon	Metros	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Hilo	unidad	1	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
COSTO TOTAL DE PRODUCCION POR UNIDAD					\$ 27.300,00

Fuente: Elaboración Propia



Tabla 25. Estimación de Materia Prima de Pantalones.

ESTIMACIÓN COSTO DE UNA PANTALON					
MATERIAS PRIMAS		CANTIDAD A UTILIZAR	CANTIDAD EN PRECIO	CANTIDAD NECESARIA	COSTO TOTAL
Tela	Metros	1,20	\$ 13.000,00	\$ 15.600,00	\$ 15.600,00
Botones	Unidad	1	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00
Correderas	Unidad	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Hilo	unidad	1	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
COSTO TOTAL DE PRODUCCION POR UNIDAD					\$ 17.660,00

Fuente: Elaboración Propia

12.2.4. Estimación de Insumos.

Cuando se producen las prendas de vestir se deben incluir ciertos insumos para poder dar por terminada la prenda, por eso se estimaron los costos de estos insumos.

Tabla 26. Estimación de Insumos.

ESTIMACIÓN INSUMO EN GENERAL ANUAL.					
INSUMOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO POR UNIDAD		unidades anuales produccion	COSTO TOTAL
Bolsa	BOLSA	\$100		14.976	\$1.497.600
Etiqueta personalizadas	Unidad	\$1.000		14.976	\$14.976.000
Marquilla de tallas	unidad	\$10		14.976	\$149.760
E. cuidado de ropa	uniddad	\$50		14.976	\$748.800
Valor unitario		\$1.160			
COSTO TOTAL ANUAL EMPAQUES					17.372.160

Fuente: Elaboración Propia.



12.2.5. Costos Fijos para Producción.

A continuación, se describen los costos fijos que serán parte de los costos de producción.

Tabla 27. Costos Fijos para Producción.

COSTOS FIJOS PARA PRODUCCIÓN		
RUBROS	VALOR PROMEDIO MENSUAL	VALOR ANUAL
<i>Salarios Administrativos</i>	\$1.785.473	\$21.425.671
<i>Salario Aux. Admon</i>	\$1.382.214	\$16.586.563
<i>Salario Ventas</i>	\$1.382.214	\$16.586.563
<i>Servicios Públicos</i>	\$320.000	\$3.840.000
<i>servicio de internet</i>	\$60.000	\$720.000
<i>Mantenimiento maquinas y equipos</i>	\$150.000	\$1.800.000
<i>Arrendamiento</i>	\$900.000	\$10.800.000
<i>Gasto Publicidad y Marketing</i>	\$100.000	\$1.200.000
<i>Gastos de promoción</i>	\$100.000	\$1.200.000
<i>Cafetería y Aseo.</i>	\$60.000	\$720.000
<i>Gastos papelería.</i>	\$100.000	\$1.200.000
<i>Gasto de Transporte</i>	\$150.000	\$1.800.000
<i>Otros Gastos</i>	\$83.333	\$1.000.000
<i>Honorarios</i>	\$950.000	\$11.400.000
<i>Gastos de Seguridad</i>	\$110.000	\$1.320.000
<i>Seguro Varios</i>	\$41.667	\$500.000
<i>Depreciación</i>	\$222.475	\$2.669.700
<i>Intereses del crédito</i>	\$1.734.341	\$ 20.812.092
TOTAL COSTOS FIJOS	\$9.531.715,77	\$115.580.589

Fuente: Elaboración Propia

12.3. Sistema de costos.

Para desarrollar el proyecto se tomó como sistema de costeo el costeo por absorción, este dice que los costos fijos y variables componen el costo del producto, Teniendo en cuenta esto los costos fijos se le incluyeron al costo del producto terminado.

12.3.1. Costo de Manufactura de Blusa.

A esta prenda de vestir se le incluyeron en la orden de producción las materias primas, los insumos, el valor de la mano de obra por pieza, también se incluyeron los costos fijos para que este nos diera el costo de producción de la prenda a la cual se le sumo el 20% de utilidad.



Tabla 28. Costo de Manufactura y precio de venta de Blusa.

Determinación del Costo de Producción

PRODUCTO		COSTO POR UNIDAD		
Blusa		COSTO FIJO UNITARIO	\$ 6.949,48	
CANTIDAD		COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 16.520,00	
1		COSTO TOTAL UNITARIO	\$ 23.469,48	

Liste los costos asociados a la producción

CANTIDAD	MEDIDA	DETALLE	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
1	Metros	Tela		\$ 13.000,00
6	Unidades	Botones		\$ 960,00
1	Unidad	hilo		\$ 1.400,00
1	Unidad	Bolsas		\$ 100,00
1	unidad	Etiqueta personalizada		\$ 1.000,00
1	Unidad	Marquilla Tallaje		\$ 10,00
1	Unidad	Etiqueta Cuidado de la ropa		\$ 50,00
1	Pieza cortada	Mano de Obra, Corte	\$ 2.215,09	
1	Pieza cocida	Mano de Obra, Costura	\$ 3.626,85	
1	Pieza Planchada	Mano de Obra, Planchada	\$ 1.107,54	
Total			\$ 6.949,48	\$ 16.520,00

Determinación de otros costos

PRODUCTO		COSTO POR UNIDAD	
Blusa		COSTO TOTAL OTROS	\$ 7.717,73
CANTIDAD		COSTO TOTAL UNITARIO OTROS	\$ 7.717,73
1			

Liste los costos asociados a la comercialización del producto

DISTRIBUCIÓN

DETALLE	COSTOS
Salario Ventas	\$ 1.107,54
Gastos de publicidad	\$ 80,13
Gastos de promoción	\$ 80,13
Gasto de Transporte	\$ 120,19
	\$ 1.387,99

Liste los costos asociados a la administración

ADMINISTRACIÓN

DETALLE	COSTOS
Salario administracion	\$ 1.430,67
Salario aux. Administrativo	\$ 1.107,54
Servicios Publicos	\$ 256,41
Servicio de internet	\$ 48,08
Man. Maquinaria y equipos	\$ 120,19
Arrendamiento	\$ 721,15
Cafeteria y Aseo	\$ 48,08
Gastos papeleria	\$ 80,13
otros gastos	\$ 66,77
Honorarios Contador	\$ 761,22
Gastos de seguridad	\$ 88,14
Seguros Varios	\$ 33,39
Depreciacion	\$ 178,27
Intereses de credito	\$ 1.389,70
	\$ 6.329,74



Determinación de precio de venta

Especifique la utilidad o margen deseado y el % de IVA

% Utilidad deseada	20%
--------------------	-----

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN	\$ 23.469
COSTO UNITARIO "OTROS"	\$ 7.718
COSTO TOTAL	\$ 31.187
UTILIDAD	\$ 6.237
PRECIO DE VENTA SIN IVA	\$ 37.425

Fuente: Plantillas Excel (Cecilia, 2021)

12.3.2. Costo de Manufactura de Vestidos.

A esta prenda de vestir se le incluyeron en la orden de producción las materias primas, los insumos, el valor de la mano de obra por pieza, también se incluyeron los costos fijos para que este nos diera el costo de producción de la prenda a la cual se le sumo el 20% de utilidad.

Tabla 29. Costo de Manufactura y precio de venta de Vestidos.

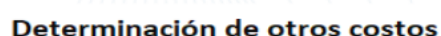
Determinación del Costo de Producción

PRODUCTO	Vestidos
CANTIDAD	1

COSTO POR UNIDAD	
COSTO FIJO UNITARIO	\$ 6.949,48
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 28.460,00
COSTO TOTAL UNITARIO	\$ 35.409,48

Liste los costos asociados a la producción

CANTIDAD	MEDIDA	DETALLE	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
1,50	Metros	Tela		\$ 19.500,00
3	Unidades	Botones		\$ 900,00
1	unidad	Cierres		\$ 500,00
1	metros	Interlon		\$ 5.000,00
1	Unidad	hilo		\$ 1.400,00
1	Unidad	Bolsas		\$ 100,00
1	unidad	Etiqueta personalizada		\$ 1.000,00
1	Unidad	Marquilla Tallaje		\$ 10,00
1	Unidad	Etiqueta Cuidado de la ropa		\$ 50,00
1	Pieza cortada	Mano de Obra, Corte	\$ 2.215,09	
1	Pieza cocida	Mano de Obra, Costura	\$ 3.626,85	
1	Pieza Planchada	Mano de Obra, Planchada	\$ 1.107,54	
Total			\$ 6.949,48	\$ 28.460,00



COSTO POR UNIDAD	
COSTO TOTAL OTROS	\$ 7.717,73
COSTO TOTAL UNITARIO OTROS	\$ 7.717,73

Liste los costos asociados a la administración

ADMINISTRACIÓN

DETALLE	COSTOS
Salario administracion	\$ 1.430,67
Salario aux. Administrativo	\$ 1.107,54
Servicios Publicos	\$ 256,41
Servicio de internet	\$ 48,08
Man. Maquinaria y equipos	\$ 120,19
Arrendamiento	\$ 721,15
Cafeteria y Aseo	\$ 48,08
Gastos papeleria	\$ 80,13
otros gastos	\$ 66,77
Honorarios Contador	\$ 761,22
Gastos de seguridad	\$ 88,14
Seguros Varios	\$ 33,39
Depreciacion	\$ 178,27
Intereses de credito	\$ 1.389,70
	\$ 6.329,74

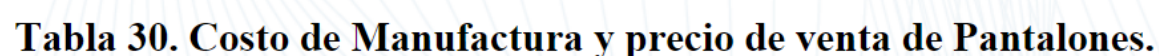
Especifique la utilidad o margen deseado y el % de IVA

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN	\$ 35.409
COSTO UNITARIO "OTROS"	\$ 7.718
COSTO TOTAL	\$ 43.127
UTILIDAD	\$ 8.625
PRECIO DE VENTA SIN IVA	\$ 51.753

Fuente: Plantillas Excel (Cecilia, 2021)

12.3.3. Costo de Manufactura de Pantalones.

A esta prenda de vestir se le incluyeron en la orden de producción las materias primas, los insumos, el valor de la mano de obra por pieza, también se incluyeron los costos fijos para que este nos diera el costo de producción de la prenda a la cual se le sumo el 20% de utilidad.



PRODUCTO	Pantalon
CANTIDAD	1

COSTO POR UNIDAD	
COSTO FIJO UNITARIO	\$ 6.949,48
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 18.820,00
COSTO TOTAL UNITARIO	\$ 25.769,48

CANTIDAD	MEDIDA	DETALLE	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
1,20	Metros	Tela		\$ 15.600,00
1	Unidades	Botones		\$ 160,00
1	unidad	Cierres		\$ 500,00
1	Unidad	hilo		\$ 1.400,00
1	Unidad	Bolsas		\$ 100,00
1	unidad	Etiqueta personalizada		\$ 1.000,00
1	Unidad	Marquilla Tallaje		\$ 10,00
1	Unidad	Etiqueta Cuidado de la ropa		\$ 50,00
1	Pieza cortada	Mano de Obra, Corte	\$ 2.215,09	
1	Pieza cocida	Mano de Obra, Costura	\$ 3.626,85	
1	Pieza Planchada	Mano de Obra, Planchada	\$ 1.107,54	
Total			\$ 6.949,48	\$ 18.820,00

		COSTO POR UNIDAD	
PRODUCTO	Pantalon	COSTO TOTAL OTROS	\$ 7.717,73
CANTIDAD	1	COSTO TOTAL UNITARIO OTROS	\$ 7.717,73

DISTRIBUCIÓN

[illegible]

ADMINISTRACIÓN

DETALLE	COSTOS
Salario administracion	\$ 1.430,67
Salario aux. Administrativo	\$ 1.107,54
Servicios Publicos	\$ 256,41
Servicio de internet	\$ 48,08
Man. Maquinaria y equipos	\$ 120,19
Arrendamiento	\$ 721,15
Cafeteria y Aseo	\$ 48,08
Gastos papeleria	\$ 80,13
otros gastos	\$ 66,77
Honorarios Contador	\$ 761,22
Gastos de seguridad	\$ 88,14
Seguros Varios	\$ 33,39
Depreciacion	\$ 178,27
Intereses de credito	\$ 1.389,70
	\$ 6.329,74



Determinación de precio de venta

Especifique la utilidad o margen deseado y el % de IVA

% Utilidad deseada	20%

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN	\$ 25.769
COSTO UNITARIO "OTROS"	\$ 7.718
COSTO TOTAL	\$ 33.487
UTILIDAD	\$ 6.697
PRECIO DE VENTA SIN IVA	\$ 40.185

Fuente:Plantillas Excel (Cecilia, 2021)

VIGILADA MINEDUCACIÓN



12.4. Punto de Equilibrio.

A continuación, se relacionan los puntos de equilibrios para este proyecto cabe destacar que estos reflejan meses en los cuales hay un incremento en las ventas por motivos relacionados con festividades en el municipio, lo cual genera mayor ingreso en los meses de junio, julio, agosto y diciembre, estos puntos de equilibrios se realizaron en base a que el punto de inicio del negocio sería en el mes de junio.

12.4.1. Punto de Equilibrio Para Blusas.

En base a la información anteriormente suministrada sobre el costo de producción, se pueden determinar un punto de equilibrio para las blusas.

Tabla 31. Punto de Equilibrio para Blusas.

PRESUPUESTO DE VENTAS Y PUNTO DE EQUILIBRIO PARA BLUSAS						
PRECIO DE VENTA					\$37.425	
Materia prima		\$	6.872.320,00			
Mano de obra		\$	2.890.983,68			
C.i.f.		\$	3.210.571,92			
Costo de Produccion			\$12.973.876			
Costo Unitario			\$31.187			
Utilidad		20%	\$6.237			
PRESUPUESTO DE VENTAS AÑO 1	PIEZAS VENDIDAS	VENTAS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	Mano de Obra	MARGEN DE UTILIDAD
MES 1	362	\$13.566.145	\$3.210.572	\$5.988.373	\$2.890.984	\$1.476.216
MES 2	452	\$16.904.423	\$3.210.572	\$7.461.957	\$2.890.984	\$3.340.910
MES 3	362	\$13.566.145	\$3.210.572	\$5.988.373	\$2.890.984	\$1.476.216
MES 4	229	\$8.558.728	\$3.210.572	\$3.777.997	\$2.890.984	-\$1.320.825
MES 5	229	\$8.558.728	\$3.210.572	\$3.777.997	\$2.890.984	-\$1.320.825
MES 6	229	\$8.558.728	\$3.210.572	\$3.777.997	\$2.890.984	-\$1.320.825
MES 7	452	\$16.904.423	\$3.210.572	\$7.461.957	\$2.890.984	\$3.340.910
MES 8	229	\$8.558.728	\$3.210.572	\$3.777.997	\$2.890.984	-\$1.320.825
MES 9	229	\$8.558.728	\$3.210.572	\$3.777.997	\$2.890.984	-\$1.320.825
MES 10	229	\$8.558.728	\$3.210.572	\$3.777.997	\$2.890.984	-\$1.320.825
MES 11	229	\$8.558.728	\$3.210.572	\$3.777.997	\$2.890.984	-\$1.320.825
MES 12	273	\$10.227.867	\$3.210.572	\$4.514.789	\$2.890.984	-\$388.478
TOTALES	Total Unid A Anuales.	Ingresos por Ventas Anuales	Total Costos Fijos Anuales	Total Costos Variables Anual.	Total Mano de Obra Total Anual.	Total Margen Utilidad Anual.
	3.503	\$131.080.095	\$38.526.863	\$57.861.428	\$34.691.804	\$ 0

Fuente: Elaboración Propia



12.4.2. Punto de Equilibrio Para Vestidos.

En base a la información anteriormente suministrada sobre el costo de producción, se pueden determinar un punto de equilibrio para las Vestidos.

Tabla 32. Punto de Equilibrio para Vestidos.

PRESUPUESTO DE VENTAS Y PUNTO DE EQUILIBRIO PARA VESTIDOS						
PRECIO DE VENTA					\$51.753	
Materia prima		\$	11.839.360,00			
Mano de obra		\$	2.890.983,68			
C.i.f.		\$	3.210.571,92			
Costo de Produccion		\$17.940.916				
Costo Unitario		\$43.127				
Utilidad		20%	\$8.625			
PRESUPUESTO DE VENTAS AÑO 1	PIEZAS VENDIDAS	VENTAS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	Mano de Obra	MARGEN DE UTILIDAD
MES 1	333	\$17.211.311	\$3.210.572	\$9.464.906	\$2.890.984	\$1.644.849
MES 2	422	\$21.827.646	\$3.210.572	\$12.003.538	\$2.890.984	\$3.722.552
MES 3	333	\$17.211.311	\$3.210.572	\$9.464.906	\$2.890.984	\$1.644.849
MES 4	199	\$10.286.807	\$3.210.572	\$5.656.958	\$2.890.984	-\$1.471.707
MES 5	199	\$10.286.807	\$3.210.572	\$5.656.958	\$2.890.984	-\$1.471.707
MES 6	199	\$10.286.807	\$3.210.572	\$5.656.958	\$2.890.984	-\$1.471.707
MES 7	422	\$21.827.646	\$3.210.572	\$12.003.538	\$2.890.984	\$3.722.552
MES 8	199	\$10.286.807	\$3.210.572	\$5.656.958	\$2.890.984	-\$1.471.707
MES 9	199	\$10.286.807	\$3.210.572	\$5.656.958	\$2.890.984	-\$1.471.707
MES 10	199	\$10.286.807	\$3.210.572	\$5.656.958	\$2.890.984	-\$1.471.707
MES 11	199	\$10.286.807	\$3.210.572	\$5.656.958	\$2.890.984	-\$1.471.707
MES 12	243	\$12.594.975	\$3.210.572	\$6.926.274	\$2.890.984	-\$432.855
TOTALES	Total Unid A Anuales.	Ingresos por Ventas Anuales	Total Costos Fijos Anuales	Total Costos Variables	Total Mano de Obra Total	Total Margen Utilidad Anual.
	3.143	\$162.680.539	\$38.526.863	\$89.461.871	\$34.691.804	\$ 0

Fuente: Elaboración Propia



12.4.3. Punto de Equilibrio Para Pantalones.

En base a la información anteriormente suministrada sobre el costo de producción, se pueden determinar un punto de equilibrio para las Pantalones.

Tabla 33. Punto de Equilibrio para Pantalones.

PRESUPUESTO DE VENTAS Y PUNTO DE EQUILIBRIO PARA PANTALONES						
PRECIO DE VENTA					\$40.185	
Materia prima		\$	7.829.120,00			
Mano de obra		\$	2.890.983,68			
C.i.f.		\$	3.210.571,92			
Costo de Produccion		\$13.930.676				
Costo Unitario		\$33.487				
Utilidad		20%	\$6.697			
PRESUPUESTO DE VENTAS AÑO 1	PIEZAS VENDIDAS	VENTAS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	Mano de Obra	MARGEN DE UTILIDAD
MES 1	356	\$14.314.089	\$3.210.572	\$6.703.834	\$2.890.984	\$1.508.700
MES 2	445	\$17.898.559	\$3.210.572	\$8.382.578	\$2.890.984	\$3.414.426
MES 3	356	\$14.314.089	\$3.210.572	\$6.703.834	\$2.890.984	\$1.508.700
MES 4	222	\$8.937.384	\$3.210.572	\$4.185.718	\$2.890.984	-\$1.349.889
MES 5	222	\$8.937.384	\$3.210.572	\$4.185.718	\$2.890.984	-\$1.349.889
MES 6	222	\$8.937.384	\$3.210.572	\$4.185.718	\$2.890.984	-\$1.349.889
MES 7	445	\$17.898.559	\$3.210.572	\$8.382.578	\$2.890.984	\$3.414.426
MES 8	222	\$8.937.384	\$3.210.572	\$4.185.718	\$2.890.984	-\$1.349.889
MES 9	222	\$8.937.384	\$3.210.572	\$4.185.718	\$2.890.984	-\$1.349.889
MES 10	222	\$8.937.384	\$3.210.572	\$4.185.718	\$2.890.984	-\$1.349.889
MES 11	222	\$8.937.384	\$3.210.572	\$4.185.718	\$2.890.984	-\$1.349.889
MES 12	267	\$10.729.619	\$3.210.572	\$5.025.090	\$2.890.984	-\$397.026
TOTALES	Total Unid A Anuales.	Ingresos por Ventas Anuales	Total Costos Fijos Anuales	Total Costos Variables	Total Mano de Obra Total	Total Margen Utilidad Anual.
	3.427	\$137.716.606	\$38.526.863	\$64.497.939	\$34.691.804	\$ 0

Fuente: Elaboración Propia



12.4.4. Punto de Equilibrio Consolidado.

En base a la información anteriormente suministrada sobre los 3 puntos de equilibrios se consolidaron en un solo punto de equilibrio.

Tabla 34. Punto de Equilibrio Consolidado.

PRESUPUESTO DE VENTAS Y PUNTO DE EQUILIBRIO CONSOLIDADO						
Blusas		\$ 37.425				
Vestidos		\$ 51.753				
Pantalones		\$ 40.185				
PRECIO DE VENTA PARA 3 PIEZAS					\$129.362	
Materia prima		\$ 26.540.800				
Mano de obra		\$ 14.454.918				
C.i.f.		\$ 9.531.716				
Costo de Produccion		\$50.527.434				
Costo Unitario		\$107.802				
Utilidad		20%		\$21.560		
P. DE VENTAS AÑO 1	PIEZAS VENDIDAS	VENTAS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	Mano de Obra	MARGEN DE UTILIDAD
MES 1	1.051	\$45.091.544	\$9.631.716	\$22.157.113	\$8.672.951	\$4.629.764
MES 2	1.319	\$56.630.628	\$9.631.716	\$27.848.073	\$8.672.951	\$10.477.888
MES 3	1.051	\$45.091.544	\$9.631.716	\$22.157.113	\$8.672.951	\$4.629.764
MES 4	650	\$27.782.919	\$9.631.716	\$13.620.673	\$8.672.951	-\$4.142.421
MES 5	650	\$27.782.919	\$9.631.716	\$13.620.673	\$8.672.951	-\$4.142.421
MES 6	650	\$27.782.919	\$9.631.716	\$13.620.673	\$8.672.951	-\$4.142.421
MES 7	1.319	\$56.630.628	\$9.631.716	\$27.848.073	\$8.672.951	\$10.477.888
MES 8	650	\$27.782.919	\$9.631.716	\$13.620.673	\$8.672.951	-\$4.142.421
MES 9	650	\$27.782.919	\$9.631.716	\$13.620.673	\$8.672.951	-\$4.142.421
MES 10	650	\$27.782.919	\$9.631.716	\$13.620.673	\$8.672.951	-\$4.142.421
MES 11	650	\$27.782.919	\$9.631.716	\$13.620.673	\$8.672.951	-\$4.142.421
MES 12	784	\$33.552.461	\$9.631.716	\$16.466.153	\$8.672.951	-\$1.218.359
TOTALES	Total Unid A Anuales.	Ingresos por Ventas Anuales	Total Costos Fijos Anuales	Total Costos Variables Anual.	Total Mano de Obra Total Anual.	Total Margen Utilidad Anual.
	10.073	\$431.477.240	\$115.580.589	\$211.821.238	\$104.075.412	0

Fuente: Elaboración Propia



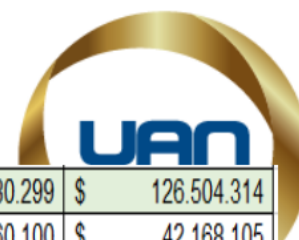
12.5. Flujo de Caja, Van, Tir y Waac.

12.5.1. Flujo de Caja.

En base a los puntos de equilibrio se realizó un flujo de caja.

Tabla 35. Flujo de Caja.

FLUJO DE CAJA, CÁLCULO VAN Y TIR.						
CRECIMIENTO DE VENTAS ESPERADO	5,0%		Precio venta			
INCREMENTO DE COSTOS FIJOS	5,0%		Blusa	\$	37.425	
INCREMENTO DE COSTOS VARIABLES	5,0%		Vestido	\$	51.753	
TASA DE IMPUESTO DE RENTA	31,0%		Pantalon	\$	40.185	
AÑOS	0	1	2	3	4	5
UNIDADES A VENDER BLUSA		3.503	3.678	3.862	4.055	4.257
TOTAL DE INGRESOS BLUSA		\$ 131.080.095	\$ 137.634.100	\$ 144.515.805	\$ 151.741.595	\$ 159.328.675
UNIDADES A VENDER VESTIDO		3.143	3.301	3.466	3.639	3.821
TOTAL DE INGRESOS VESTIDO		\$ 162.680.539	\$ 170.814.566	\$ 179.355.294	\$ 188.323.059	\$ 197.739.212
UNIDADES A VENDER PANTALON		3.427	3.598	3.778	3.967	4.166
TOTAL DE INGRESOS PANTALON		\$ 137.716.606	\$ 144.602.436	\$ 151.832.558	\$ 159.424.186	\$ 167.395.395
TOTAL INGRESOS POR VENTAS		\$ 431.477.240	\$ 453.051.102	\$ 475.703.657	\$ 499.488.839	\$ 524.463.281
COSTOS FIJOS ANUALES PRODUCCION		\$ 82.018.797	\$ 86.119.737	\$ 90.425.724	\$ 94.947.010	\$ 99.694.361
Salarios Administrativos		\$ 21.425.671	\$ 22.496.954	\$ 23.621.802	\$ 24.802.892	\$ 26.043.037
Salario Aux. Admon		\$ 16.586.563	\$ 17.415.891	\$ 18.286.686	\$ 19.201.020	\$ 20.161.071
Salario Ventas		\$ 16.586.563	\$ 17.415.891	\$ 18.286.686	\$ 19.201.020	\$ 20.161.071
Servicios Públicos		\$ 3.840.000	\$ 4.032.000	\$ 4.233.600	\$ 4.445.280	\$ 4.667.544
servicio de internet		\$ 720.000	\$ 756.000	\$ 793.800	\$ 833.490	\$ 875.165
Mantenimiento maquinas y equipos		\$ 1.800.000	\$ 1.890.000	\$ 1.984.500	\$ 2.083.725	\$ 2.187.911
Arrendamiento		\$ 10.800.000	\$ 11.340.000	\$ 11.907.000	\$ 12.502.350	\$ 13.127.468
Gasto Publicidad y Marketing		\$ 1.200.000	\$ 1.260.000	\$ 1.323.000	\$ 1.389.150	\$ 1.458.608
Gasto de promoción		\$ 1.200.000	\$ 1.260.000	\$ 1.323.000	\$ 1.389.150	\$ 1.458.608
Cafetería y Aseo.		\$ 720.000	\$ 756.000	\$ 793.800	\$ 833.490	\$ 875.165
Gastos papelería.		\$ 1.200.000	\$ 1.260.000	\$ 1.323.000	\$ 1.389.150	\$ 1.458.608
Gasto de Transporte		\$ 1.800.000	\$ 1.890.000	\$ 1.984.500	\$ 2.083.725	\$ 2.187.911
Otros Gastos		\$ 1.000.000	\$ 1.050.000	\$ 1.102.500	\$ 1.157.625	\$ 1.215.506
Honorarios		\$ 1.320.000	\$ 1.386.000	\$ 1.455.300	\$ 1.528.065	\$ 1.604.468
Gastos de Seguridad		\$ 1.320.000	\$ 1.386.000	\$ 1.455.300	\$ 1.528.065	\$ 1.604.468
Seguro Varios		\$ 500.000	\$ 525.000	\$ 551.250	\$ 578.813	\$ 607.753



COSTOS MANO DE OBRA ANUALES PROD		\$ 104.075.412	\$ 109.279.183	\$ 114.743.142	\$ 120.480.299	\$ 126.504.314
Productos Blusa		\$ 34.691.804	\$ 36.426.394	\$ 38.247.714	\$ 40.160.100	\$ 42.168.105
Productos vestidos		\$ 34.691.804	\$ 36.426.394	\$ 38.247.714	\$ 40.160.100	\$ 42.168.105
Productos Pantalón		\$ 34.691.804	\$ 36.426.394	\$ 38.247.714	\$ 40.160.100	\$ 42.168.105
COSTOS VARIABLES ANUALES PROD		\$ 211.821.238	\$ 222.412.300	\$ 233.532.915	\$ 245.209.561	\$ 257.470.039
Productos Blusa		\$ 57.861.428	\$ 60.754.499	\$ 63.792.224	\$ 66.981.835	\$ 70.330.927
Productos vestidos		\$ 89.461.871	\$ 93.934.965	\$ 98.631.713	\$ 103.563.299	\$ 108.741.464
Productos Pantalón		\$ 64.497.939	\$ 67.722.836	\$ 71.108.977	\$ 74.664.426	\$ 78.397.648
TOTAL EGRESOS PRODUCTO		\$ 397.915.448	\$ 417.811.220	\$ 438.701.781	\$ 460.636.870	\$ 483.668.713
UTILIDAD BRUTA EN VENTA		\$ 33.561.792	\$ 35.239.882	\$ 37.001.876	\$ 38.851.969	\$ 40.794.568
DEPRECIACIÓN ACTIVOS		\$ 2.669.700	\$ 2.669.700	\$ 2.669.700	\$ 2.669.700	\$ 2.669.700
Maquina de coser Sencilla singer		\$ 239.700	\$ 239.700	\$ 239.700	\$ 239.700	\$ 239.700
Fileteadora Sencilla		\$ 570.000	\$ 570.000	\$ 570.000	\$ 570.000	\$ 570.000
Maquina de coser plana singer		\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000
Fileteradora industrial		\$ 210.000	\$ 210.000	\$ 210.000	\$ 210.000	\$ 210.000
Maquina Computarizada para bordar		\$ 620.000	\$ 620.000	\$ 620.000	\$ 620.000	\$ 620.000
Computadoras		\$ 780.000	\$ 780.000	\$ 780.000	\$ 780.000	\$ 780.000
PAGO PRÉSTAMO E INTERESES		\$ 20.812.092	\$ 20.812.092	\$ 20.812.092	\$ 20.812.092	\$ 20.812.092
IMPUESTO DE ICA		\$ 1.725.909	\$ 1.812.204	\$ 1.902.815	\$ 1.997.955	\$ 2.097.853
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$8.354.091	\$9.945.885	\$11.617.269	\$13.372.222	\$15.214.923
PAGO DE IMPUESTOS RENTA 31%		\$ 2.589.768	\$ 3.083.224	\$ 3.601.353	\$ 4.145.389	\$ 4.716.626
UTILIDAD NETA		\$5.764.323	\$6.862.661	\$8.015.916	\$9.226.833	\$10.498.297
Otros Ingresos			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Venta de Activos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión de Nuevos Activos Fijos	\$ 24.262.590	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversiones de Activos Diferidos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL FLUJO DE CAJA ANUAL	\$ -24.262.590	\$5.764.323	\$ 6.862.661	\$ 8.015.916	\$ 9.226.833	\$ 10.498.297

Fuente: Elaboración Propia

Según lo obtenido en el flujo de caja proyectado muestra que es una buena inversión el proyecto.

12.5.2. Van, Tir y Waac.

Teniendo en cuenta los índices de Van, Tir y waac donde para calcular la waac se tomaron los datos de las tasas de intereses de créditos bancarios y se promediaron (ver anexo).



Tabla 36. Van, Tir y Waac.

VAN	\$ 1.482.259
TIR	17,64%
WAAC	15,00%

Fuente: Elaboración Propia

Los índices nos demuestran que es un negocio rentable lo cual nos dice que se puede ir al negocio.

VIGILADA MINEDUCACIÓN



12.6. Estados Financieros.

12.6.1. Estado de resultados.

A Continuación, Confecciones Hermelina presenta los estados financieros proyectados a 5 años, con el propósito de que sea comprensible su análisis y se pueda observar con mayor claridad el futuro de la presente inversión.

Tabla 37. Estado de Resultado.

CONFECCIONES HERMELINA					
NIT					
BALANCE DE GANANCIAS Y PERDIDAS					
Cifras expresadas en pesos					
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Ventas Netas	\$ 431.477.240	453.051.102	475.703.657	499.488.839	524.463.281
Costo de Ventas	\$ 315.896.650	331.691.483	348.276.057	365.689.860	383.974.353
UTILIDAD O PERDIDA BRUTA	\$ 115.580.589	\$ 121.359.619	\$ 127.427.600	\$ 133.798.980	\$ 140.488.929
Gastos de Administracion	\$ 97.723.097	\$ 102.609.252	\$ 107.739.715	\$ 113.126.700	\$ 118.783.035
depreciacion acumulada	\$ 2.669.700	\$ 2.669.700	\$ 2.669.700	\$ 2.669.700	\$ 2.669.700
UTILIDAD O PERDIDA OPERACIONAL	\$ 15.187.792	\$ 16.080.667	\$ 17.018.185	\$ 18.002.579	\$ 19.036.193
otros ingresos					
otros gastos no operativos intereses	\$ 13.549.592	\$ 11.709.263	\$ 9.402.593	\$ 6.511.409	\$ 2.887.595
impuestos ICA	\$ 1.263.587	\$ 1.326.766	\$ 1.393.104	\$ 1.462.759	\$ 1.535.897
UTILIDAD OPERDIDA ANTES DE IMPUESTOS	\$ 374.614	\$ 3.044.637	\$ 6.222.488	\$ 10.028.411	\$ 14.612.701
impuesto de renta y/ocomplementarios 31%	\$ 116.130	\$ 943.838	\$ 1.928.971	\$ 3.108.807	\$ 4.529.937
Impuesto al Cree 0,40%	\$ 465	\$ 3.775	\$ 7.716	\$ 12.435	\$ 18.120
UTILIDAD OPERDIDA LIQUIDA	\$ 258.019	\$ 2.097.024	\$ 4.285.801	\$ 6.907.168	\$ 10.064.644
resevas 10%	\$ 25.802	\$ 209.702	\$ 428.580	690.717	1.006.464
UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO	\$ 232.217	\$ 1.887.322	\$ 3.857.221	6.216.451	9.058.180

Fuente: Elaboración Propia



Tabla 38. Estado de situación financiera.

CONFECCIONES HERMELINA				
NIT				
BALANCE GENERAL				
Cifras expresadas en pesos				
		INICIAL	año 1	año 2
ACTIVOS		\$ 80.000.000	\$ 483.840.848	\$ 498.202.498
	ACTIVO CORRIENTE	\$ 80.000.000	\$ 466.402.558	\$ 483.433.908
	diponible	80.000.000	466.402.558	483.433.908
	ACTIVO NO CORRIENTE	\$ -	\$ 17.438.290	\$ 14.768.590
	Maquinaria y Equipo		14.449.990	14.449.990
	MUEBLES Y ENSERES		5.658.000	5.658.000
	depreciacion		-2.669.700	-5.339.400
PASIVOS		\$ 60.000.000	\$ 463.582.829	\$ 475.847.455
	PASIVO CORTO PLAZO	\$ -	\$ 410.845.329	\$ 432.212.784
	proveedores costo		211.821.238	222.412.300
	cuentas por pagar gasto		38.969.700	40.918.185
	provisiones impuestos		1.380.181	2.274.379
	Oblig laborales gasto		158.674.210	166.607.920
	PASIVO A LARGO PLAZO		52.737.500	43.634.671
	Obligaciones financieras	60.000.000	52.737.500	43.634.671
	Seguro de Vida Banco			
PATRIMONIO		\$ 20.000.000	\$ 20.258.019	\$ 22.355.043
	Capital Suscrito y Pagado	20.000.000	20.000.000	20.000.000
	Reserva Legal		\$ 25.802	\$ 235.504
	Utilidad por distribuir			\$ 232.217
	Utilidad del ejercicio		\$ 232.217	\$ 1.887.322
SUMA DE PASIVO Y PATRIMONIO		\$ 80.000.000	\$ 483.840.848	\$ 498.202.498

CONFECCIONES HERMELINA				
NIT				
BALANCE GENERAL				
Cifras expresadas en pesos				
		año 3	año 4	año 5
ACTIVOS		\$ 513.631.133	\$ 530.063.595	\$ 547.404.048
	ACTIVO CORRIENTE	\$ 501.532.243	\$ 520.634.405	\$ 540.644.558
	diponible	501.532.243	520.634.405	540.644.558
	ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 12.098.890	\$ 9.429.190	\$ 6.759.490
	Maquinaria y Equipo	14.449.990	14.449.990	14.449.990
	MUEBLES Y ENSERES	5.658.000	5.658.000	5.658.000
	depreciacion	-8.009.100	-10.678.800	-13.348.500
PASIVOS		\$ 486.990.289	\$ 496.515.583	\$ 503.791.393
	PASIVO CORTO PLAZO	\$ 454.765.116	\$ 478.591.093	\$ 503.791.401
	proveedores costo	233.532.915	245.209.561	257.470.039
	cuentas por pagar gasto	42.964.094	45.112.299	47.367.914
	provisiones impuestos	3.329.791	4.584.002	6.083.955
	Oblig laborales gasto	174.938.316	183.685.232	192.869.494
	PASIVO A LARGO PLAZO	32.225.172	17.924.489	-8
	Obligaciones financieras	32.225.172	17.924.489	-8
	Seguro de Vida Banco			
PATRIMONIO		\$ 26.640.844	\$ 33.548.012	\$ 43.612.656
	Capital Suscrito y Pagado	20.000.000	20.000.000	20.000.000
	Reserva Legal	\$ 664.084	\$ 1.354.801	\$ 2.361.266
	Utilidad por distribuir	\$ 2.119.539	\$ 5.976.759	\$ 12.193.211
	Utilidad del ejercicio	\$ 3.857.221	\$ 6.216.451	\$ 9.058.180
SUMA DE PASIVO Y PATRIMONIO		\$ 513.631.133	\$ 530.063.595	\$ 547.404.048

Fuente: Elaboración Propia



13. CONCLUSIONES Y LOGROS

Mediante el presente plan de negocios se crearon estrategias para lograr llevar a cabo la implementación del plan de negocio dentro de Confecciones Hermelina y lograr tener una correcta aplicación de un plan financiero para que se reflejen a nivel estructural dentro de la misma, Por tal razón en base a lo trabajado en este proyecto, se pueden responder las siguientes interrogantes.

a) ¿Se alcanzó el objetivo general?

El objetivo del trabajo se puede decir que se alcanzó favorablemente, en el trabajo se demuestra que es viable realizar una inversión, se logra demostrar que después de todas las inversiones, los gastos y los costos que genera al momento de colocar en marcha la empresa se cubren en el punto de equilibrio.

El flujo de caja nos demuestra de forma positiva y por el índice de la Tir lo favorable que es invertir y esta información es complementada con los estados de situaciones financieras que nos demuestran lo atractivo de la inversión en esta empresa.

Sin importar si se mantiene en el punto de equilibrio o genera más ingresos esto será positivo y favorable para Confecciones Hermelina para mantenerse en el mercado y ser competitiva en él.

b) ¿Qué limitaciones tiene el trabajo?

Para llevar a cabo el plan de negocio, se presentarán pocas limitaciones al momento de saber la demanda de productos en el mercado, también se debe tomar en cuenta las limitaciones ambientales las cuales afectarían directamente la producción, por motivos de que esto puede afectar la compra de materia prima a nuestros proveedores, recordemos que muchas veces se afectan las producciones por entornos territoriales que salen de las



manos de los empresarios y sobre todo saber las limitaciones financieras que se puedan presentar al momento que se desee adquirir préstamos bancarios.

c) ¿qué futuras investigaciones podrían realizarse?

Se podrían realizar investigaciones a nivel de la demanda del mercado directamente, para saber exactamente los cambios que surgen en el mercado, también se podrían realizar investigaciones financieras para saber el crecimiento de la empresa y saber si se requiere realizar adquisición de nueva maquinaria, nuevas tecnologías y sobre todo si es necesario saber realizar nuevas contrataciones para cubrir las necesidades que se presenten.



14. BIBLIOGRAFÍAS CITADA

1. *America RETAUL*; . (2020). Obtenido de <https://www.america-retail.com/directorioretail/arturo-calle/>
2. Arturo calle; . (2021). *Arturo calle* . Obtenido de <https://www.arturocalle.com/>
3. Bogota, B. d. (2021). *Banco de Bogota*. Obtenido de <https://www.bancodebogota.com/>
4. Castellano, e. (2021). *Castellano ethnic origins*. Obtenido de <https://www.castellanoeo.co/>
5. Cecilia. (2021). *Plantillas excel*. Obtenido de PlanillaExcel.com
6. colombia, I. (2021). *Colombia*. Obtenido de <https://investincolombia.com.co/>
7. Dane. (2020). *Dane*. Obtenido de Dane: <https://www.dane.gov.co/>
8. Economipedia. (2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/modelo-canvas.html>
9. Factufacil. (2020). *Factufacil*. Obtenido de www.factufacil.es/
10. Gerencia. (2021). *Gerencia.com*. Obtenido de <https://www.gerencie.com/para-que-sirve-la-matriz-dofa.html>
11. Gutiérrez Gómez, J. (2013). *Universidad EAFIT*. Obtenido de Universidad EAFIT: <https://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/emprendimiento-academico/bitacora-de-innovacion/casos-catedra-de->



innovacion/Documents/Innovaci%C3%B3n%20de%20principio%20a%20fin%20caso%20tostaditos%20Susanita%20FINAL.pdf

12. Kotler , P., Armstrong, G., Camara, D., & cruz, I. (2004). *Marketing*. Pearson,Prentice hall.
13. Koulopoulos, T. (2019). Liderando en la zona de innovación. En T. Koulopoulos, *Liderando en la zona de innovación* (págs. 30-36). Harvard Deusto business review,.
14. marta, C. d. (2021). *Camara de Comercio de Santa marta* .
Obtenido de Camara de Comercio de Santa marta :
<https://www.ccsm.org.co/>
15. Osa. (2021). *Organizacion sayco-acinpro*. Obtenido de
<https://www.osa.org.co/>
16. Pujol bengoechea, B. (1999). *Diccionario de marketing*. Madrid: Libreria Sanz.
17. qualtrics. (2021). *qualtrics*. Obtenido de qualtrics.:
<https://www.qualtrics.com>
18. QuestionPro. (2021). *QuestionPro*. Obtenido de QuestionPro:
<https://www.questionpro.com/blog/es/entrevista-estructurada-y-no-estructurada/>
19. Rosgaby Medina, K. (marzo de 2020). *Branch Group*. Obtenido de <https://branch.com.co/>
20. Rues. (2021). *Rues*. Obtenido de <https://www.rues.org.co/>



21. S.A., S. (2021). Obtenido de <https://www.susanita.com/>
22. Susanita S.A. (2021). *Susanita*. Obtenido de <https://www.susanita.com/>
23. Turijobs Tourism Services. (2021). *Turijobs*. Obtenido de <https://www.turijobs.com/blog/que-es-la-entrevista-semiestructurada-o-mixta/>
24. Wikipedia. (2021). *Wikipedia*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/>



15. ANEXOS.

15.1. Entrevista a la propietaria de confecciones Hermelina.

Entrevistador: ¿Cuándo nació confecciones Hermelina?

Entrevistada: esta idea de negocio nace hace pocos años

Entrevistador: ¿Dónde está ubicada?

Entrevistada: está ubicada en Aracataca-Magdalena

Entrevistador: ¿Con que fin nace este negocio?

Entrevistada: con el fin de cubrir una necesidad para las personas en Aracataca y zonas rurales de ella.

Entrevistador: ¿A qué se dedica tu empresa?

Entrevistada: se dedica a la confección y elaboración de prendas de vestir a la medida para las personas de cualquier edad, talla, genero, etnia y distinción social.

Entrevistador: ¿Qué quieres lograr con su empresa?

Entrevistada: lograr un crecimiento empresarial y reconocimiento más allá del municipio de Aracataca y sobre toda generar empleo para ayudar a madres cabeza de hogar.

Entrevistador: ¿Qué necesidad buscara resolver su empresa?

Entrevistada: Principalmente llegar a más personas cubrir las necesidades de estas, y lo segundo es generar empleo puesto que deseo ampliara la infraestructura del negocio.

Entrevistador: ¿Cómo resolverá tu empresa estas necesidades?

Entrevistada: las necesidades dichas anteriormente se pueden resolver con la ampliación de la infraestructura, con adquisición de nueva maquinaria y así poder producir en línea más cantidad de prendas.

Entrevistador: ¿Exactamente que necesita la empresa a nivel de infraestructura?

Entrevistada: Necesita muchas más adecuaciones y sobre todo la construcción de más áreas puesto que hasta el momento solo contamos con 1 área aparte del local comercial.

Entrevistador: ¿Qué áreas tiene actualmente la empresa y cuales son las que desea implementar?

Entrevistada: Actualmente la empresa cuenta con el local comercial y con el área producción y se desea ampliar para tener cada área independiente.

Entrevistador: pero para poder lograr eso necesita realizar una inversión para construir nuevas áreas y adquirir maquinaria nueva.

Entrevistada: si, pero es una inversión necesaria para el crecimiento.

Entrevistador: después de construir necesita maquinarias nuevas



Entrevistado: Si, necesitaría maquinas bordadoras y planchas especiales para cada textil.

Entrevistador: y como recibe ingresos su empresa por que necesita una buena financiación para poder cubrir los gastos de su idea de crecimiento.

Entrevistado: mi negocio recibe ingresos por ventas y muchas veces hemos realizado prestamos en entidades de financiamiento y por eso me es muy útil su ayuda para tener un plan de negocio y así poder obtener un préstamo bancario.

15.2. Anexo de la encuesta realizada a clientes potenciales.

Encuesta para Clientes potenciales de Confecciones Hermelina

Para que Confecciones Hermelina pueda llevar a cabo su objetivo, es importante conocer la opinión de cada uno de ustedes, de ante mano le agradezco su colaboración en la elaboración de esta encuesta.

El formulario es completamente anónimo.

1. ¿Qué género es usted?
 - a. Mujer
 - b. Hombre
 - c. Otro
2. ¿Qué edad tiene usted?
 - a. Menor de 20 años
 - b. De 21 a 30 años
 - c. De 31 a 40 años
 - d. De 41 a 50 años
 - e. De 51 años en adelante
3. ¿Qué prendas de vestir suele usted comprar con frecuencia?
 - a. Blusas
 - b. Camisas
 - c. Vestidos
 - d. Pantalones
4. El precio de la prenda de vestir influye en su compra
 - a. Si
 - b. No
 - c. Tal vez
5. ¿Qué prefiera usted a la hora de comprar prendas de vestir?
 - a. Calidad e innovación
 - b. Moda
 - c. Calidad y precio.



15.3. Anexo de la encuesta realizada a la Competencia.

Encuesta Realizada a la competencia.

Para que Confecciones Hermelina pueda llevar a cabo su objetivo, es importante conocer la competencia, de ante mano le agradezco su colaboración en la elaboración de esta encuesta.

1. ¿Cuál es su actividad de venta?
 - a. Comercialización de ropa
 - b. Venta de ropa y bisutería
 - c. Venta de Cacharrería, incluyendo prendas de vestir
 - d. Confección y Comercialización de ropa
2. ¿Qué tipo prendas de vestir Comercializa usted?
 - a. Todo tipo de prendas de vestir
 - b. Solo ropa de dama
 - c. Solo ropa caballeros
 - d. Solo ropa de niños
3. ¿Cuántas prendas vende usted al día?

4. ¿Qué prendas que más vende usted?
 - a. Blusas
 - b. Camisa
 - c. Vestidos
 - d. Pantalones



15.4. Amortización según el banco.

Mi Crédito Digital

creditodigital.bancodebogota.co/#/payment-plan-page

UAN - mango YouTube WhatsApp Web Ver Entre Fantasma... La ley del corazón 1... PHOTOCALL.TV - Te... Pose 1x5 | Cuevana... Capítulos Completo... Lista de lectura

Volver

Plan de pagos para: \$ 60.000.000 a 60 meses 19 / Nov / 2021

Mes	Abono a capital	Interés	Seguro de vida	Cuota	Saldo a capital
1	\$544.541	\$1.140.000	\$49.800	\$1.734.341	\$59.455.459
2	\$554.887	\$1.129.654	\$49.800	\$1.734.341	\$58.900.572
3	\$565.430	\$1.119.111	\$49.800	\$1.734.341	\$58.335.142
4	\$576.173	\$1.108.368	\$49.800	\$1.734.341	\$57.758.969
5	\$587.121	\$1.097.420	\$49.800	\$1.734.341	\$57.171.848
6	\$598.276	\$1.086.265	\$49.800	\$1.734.341	\$56.573.572
7	\$609.643	\$1.074.898	\$49.800	\$1.734.341	\$55.963.929

VTUA* en pesos: \$104.060.456/VTUA *27.12% E.A. *El Valor Total Unificado del Activo - VTUA es una proyección de los cobros inherentes o asociados al producto. Se calcula mediante una proyección que incluye las cuotas del crédito, primas de seguros, comisiones y cualquier otro concepto inherente y asociado al producto. Esta es una simple proyección. El valor real puede ser diferente al proyectado. Los comentarios que la conforman son los que normalmente se han venido usando.

Escribe aquí para buscar

31°C Mayorm. soleado 11:51 a. m. 19/11/2021

15.5. Búsqueda en el RUES.

CONCEPTO TRABA... WhatsApp Normas APA 20... RUES - Registro Un... Tarifas 2021 - Cár... tarifas cree 2021 -

rues.org.co

UAN - mango YouTube WhatsApp Web Ver Entre Fantasma... La ley del corazón 1... PHOTOCALL.TV - Te... Pose 1x5 | Cuevana... Capítulos Completo... Lista de lectura

RUES

Consulta Para Entidades Consulta Beneficio a Empresarios Guía de Usuario Cámaras de Comercio ¿Qué es el RUES? Acceso privado

Inicio Registros Estado de su Trámite Cámaras de Comercio Consulta Tratamiento Datos Personales Formatos CAE Recaudo Impuesto de Registro

A partir del 1º de noviembre de 2020, los comerciantes que se matricularon en el año 2020 y los que hayan renovado oportunamente su matrícula mercantil y la de todos sus establecimientos a nivel nacional podrán acceder a la información del Registro Único Empresarial y Social - RUES de acuerdo con lo establecido en la Circular 003 del 19 de diciembre de 2019 de la Superintendencia de Industria y Comercio.

Acceso a la información que reposa en el RUES de todos los comerciantes (personas naturales y jurídicas) inscritos en el Registro Mercantil que tengan su matrícula mercantil y las de sus establecimientos de comercio a nivel nacional renovada.

Descarga de la información, según los criterios de búsqueda establecidos en la Circular 003 de 2019.

Realice su consulta empresarial o social

Confecciones Hermelina

Número de Identificación

Recomendaciones de uso

Info La consulta por Nombre no ha retornado resultados

Información de sociedades no operativas

La Ley 1955 de 2019 y el Decreto 1068 de 2020, facultó a la Superintendencia de Sociedades para declarar la disolución de las

27°C Mayorm. soleado 4:54 p. m. 20/11/2021



15.6. Organización Sayco-acimpro.

OSA
organización sayco-acimpro

SIMULADOR DE TARIFAS

Tarifa Comunicacion	\$ 170.100
Tarifa Almacenamiento Sayco	\$ 12.900
Tarifa Almacenamiento Acimpro	\$ 11.600
Tarifa total año 2021	\$ 194.600

Volver a calcular

© OsaPlus 2021

15.7. Tasas de intereses para Promediar WAAC.

comparabien Ahorros Créditos Tarjetas Seguros

Elige tu Crédito de Consumo

Tipo de Crédito: Libre Inversión

Monto: \$ 24.500.000

Plazo: 60 meses

Ingresos: \$ 4.000.000

Ubicación: Magdalena

Solo Bancos: Si No

Considerar Tasa: Min Max

15 opciones disponibles

Producto	Valor Cuota	Tasa de Interés (%EA)	Pago Total	Cargos x mes	Desgra-uamen	Más Info
Destacado						
Prestamo Personal						

Hola. ¿Qué vas a hacer en Comparabien hoy?

www.uan.edu.co / Calle 58a # 37 - 94 Bogotá - Colombia



(Cecilia, 2021)

Fwd: zwu-fpvb-bru (2021-11-06) x

Elige tu Crédito de Consumo | Co x

WhatsApp x

+

comparabien.com.co/creditos-consumo/result

UAN - mango YouTube WhatsApp Web Ver Entre Fantasma... Pose 1x5 | Cuevana... Capítulos Completo... Facebook traductor - Buscar c... Lista de lectura

15 opciones disponibles

Producto	Valor Cuota	Tasa de Interés (%EA)	Pago Total	Cargos x mes	Desgra-vamen	Más Info
Destacado Prestamo Personal	\$536.933	11,62% (hasta 24,47%)	\$32.215.980	\$3.712	0,0.650%	Lo quiero
Crédito Personal	\$542.077	12,42% (hasta 25,70%)	\$32.524.620	\$0	0,0.000%	Lo quiero
Crédito de Libre Inversión	\$518.918	10,30% (hasta 25,77%)	\$31.135.080	\$250	N/A	
Libre Inversión	\$533.660	10,69%	\$31.555.000	\$250	N/A	

Conoce tu Puntaje de Crédito

Comprueba tu puntaje de crédito antes de solicitar un

Hola. ¿Qué vas a hacer en Comparabien hoy?

Escribe aquí para buscar

28°C Parc. soleado 10:53 a. m. 9/11/2021

VIGILADA MINEDUCACIÓN