



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA A TU  
MEDIDA.**

**Gelver Duran Duran**

**UNIVERSIDAD EAN  
ESPECIALIZACION EN GERENCIA DE MERCADEO  
BOGOTÁ, COLOMBIA**

**2013**

**NOTA DE ACEPTACION**

---

---

---

---

**Presidente del jurado**

---

**Jurado**

---

**Jurado**

## **AGRADECIMIENTOS**

### **A Dios.**

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado sabiduría para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

### **A mi familia.**

Porque siempre me han dado su apoyo incondicional y a quienes debo este triunfo, por entender momentos de ausencia, e ellos es este triunfo y para ellos es todo mi agradecimiento.

### **A la EAN.**

Por su guía y acompañamiento en este proceso de formación.

### **A mis compañeros.**

Por emprender conmigo este camino a ser mejores profesionales.

A TODOS GRACIAS...

## **TABLA DE CONTENIDOS**

- I. RESUMEN EJECUTIVO**
  - 1. CONCEPTO DEL NEGOCIO**
  - 2. JUSTIFICACIÓN Y ANTECEDENTES**
  - 3. OBJETIVOS**
    - 3.1. Objetivos corto plazo**
    - 3.2. Objetivos mediano plazo**
    - 3.3. Objetivos largo Plazo**
  - 4. DESCRIPCION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS**
  - 5. VENTAJAS COMPETITIVAS Y PRPOUESTAS DE VALOR**
    - 5.1 Análisis de atributos ventajas y beneficios.**
    - 5.2 Propuesta de valor.**
  - 6. RESUMEN DE LAS INVERSIONES REQUERIDAS**
  - 7. PROYECCION DE VENTAS Y RENTABILIDAD**
  - 8. CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACION DE VIABILIDAD.**
- II. MERCADO**
  - 1. ANALISIS DEL SECTOR**
    - 1.1. Caracterización del sector**
  - 2. ANALISIS Y ESTUDIO DE MERCADO**
    - 2.1. Segmentación de mercado.**
    - 2.2. Atractivo del mercado.**
    - 2.3. Descripción de los consumidores.**
      - 2.3.1. Perfil del consumidor. Segmentación.**
      - 2.3.2 Centro de compra de los consumidores.**
  - 3. ANALISIS DE LA COMPETENCIA.**
    - 3.1. Análisis de atributos de los competidores directos.**
    - 3.2. Fortalezas y debilidades de la competencia directa.**
  - 4. ESTUDIO DE PRECIOS.**
  - 5. PLAN DE MERCADEO**
    - 5.1 Objetivo del plan.**

- 5.1.1. **Objetivos cualitativos.**
- 5.2 **Estrategias básicas de marketing.**
  - 5.2.1. **Estrategias para estimular la demanda selectiva.**
  - 5.2.2. **Estrategias para estimular la demanda primaria.**
- 5.3 **Concepto del negocio.**
- 5.4. **Objetivo del producto.**
- 5.5. **Estrategia de precio.**
  - 5.5.1 **Objetivo del precio.**
  - 5.5.2. **Fijación de precio.**
    - 5.5.2.1. **Precio técnico.**
    - 5.5.2.2. **Precio Óptimo.**
- 5.6. **Políticas de descuento.**
- 5.7. **Plazos de pago.**
- 5.8 **Estrategias de promoción.**
  - 5.8.1. **Venta personal.**
  - 5.8.2. **Marketing directo.**
- 5.9. **Estrategias de comunicación.**
- 6. **ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD.**
  - 6.1. **Mensaje publicitario.**
- 7. **PROYECCION DE VENTAS.**
  - 7.1 **Proyección de ventas año 1.**
    - 7.1.1. **Proyección de ventas mes a mes año 1.**
  - 7.2. **Proyección de ventas año 2.**
    - 7.2.1. **Proyección de ventas mes a mes año 2.**
  - 7.3. **Proyección de ventas año 3.**
    - 7.3.1. **Proyección de ventas mes a mes año 3.**
- 8. **PUNTO DE EQUILIBRIO DE VENTAS.**
- 9. **CUADRO INTEGRAL DE MANDO.**
- 10. **ASPECTOS ORGANIZACIONALES Y LEGALES.**
  - 10.1. **ANALISIS ESTRATEGICO.**

- 10.1.1. Misión.
- 10.1.2. Visión.
- 10.1.3. Ventajas competitivas, valor.
- 10.1.4. Perfil de los competidores.
- 10.1.5. Análisis DOFA.
- 11. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.
  - 11.1. Perfiles y funciones.
  - 11.2. Organigrama.
- 12. ASPECTOS LEGALES.
  - 12.1. Ventajas y desventajas de las SAS.
- 13. GASTOS ADMINISTRATIVOS.
  - 13.1. Gastos administrativos año 1.
  - 13.2. Gastos administrativos año 2.
  - 13.3. Gastos administrativos año 3.
- 14. GASTOS DE PERSONAL.
  - 14.1. Gastos de personal año 1.
  - 14.2. Gastos de personal año 2.
  - 14.3. Gastos de personal año 3.
- 15. GASTOS DE PUESTA EN MARCHA.
- 16. EVALUACION FINANCIERA.
  - 16.1. Proyecciones financieras.
    - 16.1.1. Supuestos generales.
  - 16.2. Balance General.
  - 16.3. Estado de resultados año 1.
  - 16.4. Flujo de efectivo.
- 17. CONCLUSIONES FINANCIERAS.
  - 17.1. Indicadores financieros.
  - 17.2. Conclusiones del análisis financiero.
- 18. BIBLIOGRAFIA.

## **I. RESUMEN EJECUTIVO PLAN DE NEGOCIOS "A TU MEDIDA"**

### **1. Concepto de negocio**

La idea de negocio consiste en crear una tienda de costura dedicada a los arreglos de todo tipo prendas.

### **2. Justificación y antecedentes.**

A lo largo del siglo XX la mujer en el mundo e incluso en Colombia, ha visto como su rol tanto en la vida privada como pública se ha modificado, todo esto dependiendo de su estrato social y nivel de educación, para el caso de las mujeres de clase media y baja la diferencia también va a ser notoria en el espacio urbano y rural. La mujer de clase alta se limita a reproducción, ociosidad y a la vigilancia de hijos y servidumbre, la mujer de clase media trabaja en el hogar realiza todos los oficios domésticos; lavar, coser, planchar, cocinar, cuidar a los hijos; en algunos casos podía trabajar pero debía hacerlo dentro de la misma casa, y su trabajo consistía en extender a las personas ajenas a su hogar uno de sus oficios: el de la costura, claro que este no debía interferir con los quehaceres de la casa. La mujer pobre, soltera o casada, trabaja fuera de casa en los oficios propios de su sexo y su nivel educativo, la educación en la mayoría de los casos es nula, pues la educación estaba limitada en varios sentidos para las mujeres, mucho más lo estaba para una mujer que desde su infancia debía empezar su etapa productiva. A este tipo de mujer no se le juzgaba mal por trabajar, ni se veía mal que lo hiciera a pesar de que el espacio de la mujer es el de su casa, tenía más libertades que las otras mujeres.

Sin embargo, los cambios económicos han ido modificando el papel de la mujer de la sociedad, aunque una vez más, esta situación variara

dependiendo del estrato y la educación de la mujer. Desde mediados del siglo XX, la mujer ya no va estar limitada solo a la vida privada de su hogar, aunque esto no generaliza a todos los estratos sociales. Pues la vida de la mujer de clase alta no varía. El trabajo de la mujer de clase media, al igual que el de la clase baja, también se convierte en una "economía de apoyo ", se les deja trabajar porque en algunos casos se necesita un ingreso extra para el hogar, el trabajo de estas mujeres ya no va a estar limitado al hogar, por este motivo es bien visto que trabajen fuera de su casa, aunque solo como maestras; la mujer de clase media, en algunos casos por tener acceso a ciertos niveles de educación podía desempeñarse en este campo. La mujer de clase baja continúa desenvolviéndose fuera de su casa; otro de los oficios que puede desempeñar es como confeccionista en fábricas textiles.

La costura, además de secretos de cocina y economía doméstica, era una de las actividades que se le enseñaba a las mujeres durante su proceso educativo. Las mujeres debían ser buenas madres y esposas, por lo que no necesitaban los mismos conocimientos que se les impartía a los hombres. Los primeros esfuerzos por educar a las mujeres, desde inicios de la república se otorgara a religiosas, esto permite entender por qué las mujeres centraran su labor en los trabajos domésticos. Aunque esta enseñanza se impartía primordialmente para que las mujeres supieran llevar sus hogares, también se hacía con la intención de que las mujeres pobres pudieran desempeñarse en oficios propios de su sexo como la costura. Sin embargo, la creciente industria textil al avanzar el siglo XIX deja a este oficio con poca salida, relegándolo a un oficio casero.

### **Confeccionista y modista.**

Para el siglo XX las mujeres de estrato bajo que deciden ocuparse en el oficio de la costura lo hacen en las casas de las familias adineradas o en fábricas textiles desde las primeras décadas del siglo. Las mujeres de clase

media lo hacen en su casa, puesto que esto es solo una actividad complementaria, que les permite colaborar con sus ahorros al hogar. Se puede hablar de dos oficios totalmente diferentes: el de confeccionista y el de modista.

La confeccionista realiza su trabajo fuera del hogar, en una fábrica. Su labor es solo una operación más dentro de las muchas que se llevan a cabo en la fábrica, el proceso de producción que se desarrolla allí consta de varias operaciones, una de éstas es la que realiza la confeccionista quien se encarga de cerrar o coser la tela cortada que llega a su mesa de trabajo. Este oficio es de tiempo completo, su ganancia depende de la cantidad que se haga en el día, por esta razón es necesario llevar una libreta en la que se registra el trabajo diario, para al final de la semana recibir el pago correspondiente. En la mayoría de los casos el trabajo realizado en las fábricas textiles lo hacen mujeres. No obstante trabajan hombres, se desempeñan principalmente en la sección de corte, ya que esta es una actividad en la que se requiere fuerza para el dominio de las maquinas cortadoras, y en el área administrativa.

La modista va a desenvolverse tanto en el ámbito privado como en el público. Público porque su oficio no va a limitarse a los miembros de su hogar; además la modista que trabaja en la casa de personas con dinero va a ser parte de esa esfera pública. Privado en la medida en que en ambos casos el trabajo se hace en las casas, ya sea propia o la de otros. La modista hace de todo: corta sobre medida, confecciona, pega botones y cierres, hace bolsillos y ojales, hace arreglos a las prendas, etc. Es decir, que la división de oficios que se presenta en una fabrica, con la modista se reduce todo. La modista que trabaja a domicilio se dedica durante su jornada laboral solo a ello, mientras que la que trabaja en casa, alterna su labor con los demás oficios domésticos; por ello se habla de una extensión de sus oficios

domésticos. Por lo general, son mujeres casadas y con hijos, por otra parte, la expansión del mercado textil obliga a los establecimientos de venta de ropa a diferenciarse para competir, lo que supone que tengan que incorporar servicios complementarios como la adaptación de la prenda, que pueden subcontratar a estas tiendas de arreglo de ropa.

La costura fue uno de los oficios propio del sexo femenino en los que la mujer que lo necesitaba podía desempeñarse. Aunque no han dejado de existir, se han convertido en una actividad complementaria a otras actividades, se considera oficio porque no se necesita una capacitación estructurada que tenga una metodología, el oficio se aprende de manera empírica. Consiste en ver trabajar a las personas que saben el oficio, y luego la práctica y la experiencia permiten complementar el aprendizaje. Este es el caso de muchas mujeres que aprenden en sus hogares junto a la mamá.<sup>1</sup>

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1. Objetivos corto plazo**

- En Junio de 2013 determinar cuál es la “Plataforma” más apropiada que soporte un modelo de negocio enfocado creación de una tienda de costura dedicada al arreglo de todo tipo de prendas.
- En Junio de 2013 matricular la empresa ante Cámara de Comercio y todos los trámites legales pertinentes.
- En Junio de 2013 adquirir la maquinaria e infraestructura necesaria para montar el negocio.
- En Junio de 2013 tener el local completamente montado y funcionando listo para el lanzamiento.

#### **3.2. Objetivos a mediano plazo**

En Octubre de 2013 tener diseñadas las estrategias más agresivas de mercadeo para comercializar los productos a través de internet, redes sociales y medios masivos.

### **3.3. Objetivo a largo plazo**

- En Febrero de 2013 hacer un estudio de mercado para dar inicio a la etapa de expansión ubicando un nuevo punto para la segunda tienda.

## **4. DESCRIPCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.**

Los servicios principales de un taller de arreglo de ropa son la recuperación de la ropa usada y el arreglo de ropa nueva.

El arreglo es una necesidad casi universal para prendas nuevas, todo el mundo necesita que le arreglen la bota de un pantalón nuevo que se acaba de comprar.

En el caso de prendas usadas es más limitado, si bien sigue siendo habitual en el caso de ropa de fiesta y ceremonia, de alto costo y poco uso, lo que hace necesario adaptarla a cambios de moda o de talla, por esta razón el mercado relevante de este negocio puede estar en:

**Clientes particulares:** Los posibles clientes podrán ser tanto hombres como mujeres de menos de 60 años, ya que actualmente las mujeres de mayor edad son capaces de realizar sus propios arreglos todavía. Con el paso de los años, la tendencia es de que hayan menos mujeres que tengan esta capacidad. Otro perfil de cliente son las personas que viven solas y trabajan fuera de casa, que se cuidan, les gusta estar a la moda y no cuentan con el tiempo necesario para realizar estas actividades.

**Tienda de ropa:** Todas las tiendas de ropa necesitan de este servicio como un servicio postventa adicional, indagando encontramos que la mayoría prefieren contratar con particulares por costos en la carga laboral y responsabilidad en el manejo de las prendas.

## 5. VENTAJAS COMPETITIVAS Y PROPUESTAS DE VALOR

### 5.1. Análisis de Atributos – Ventajas y Beneficios

**Servicio: Arreglo de ropa**

	Atributos	Ventajas	Beneficios
Empresa Marca	A TU MEDIDA S.A.S Personalización de ropa		Arreglo de ropa a la medida de cada persona.
Fórmula o núcleo	Arreglo de ropa	prendas a la medida de cada persona- queda como nuevo	
Calidad	Prendas arregladas con la misma costura de la prenda original		Queda la prenda como original
Marca Estrategia – Imagen	Calidad y cumplimiento Comodidad en el momento de vestir	Entrega oportuna Acomodar prendas cumpliendo expectativas de cada persona	
Surtido – Variedades	Arreglo y ajuste de toda clase de prendas de vestir nuevas o usadas de todo tipo de material.		Diferentes alternativas según la necesidad del cliente
Servicio	Cumplimiento en las entregas según lo acordado en el momento de recibir la prenda		Seguridad de contar con la prenda según lo acordado.
Garantía	Experiencia y conocimiento	Da la seguridad de que cualquier tipo de prenda queda bien arreglada.	
Precio	Producto terminado con la calidad esperada por el cliente.		Tranquilidad en que lo que está pagando lo está recibiendo
Posicionamiento			

## 5.2. Propuesta de valor.



## 6. RESUMEN DE LAS INVERSIONES REQUERIDAS.

### ACTIVOS FIJOS

Cómputo y telecomunicaciones	\$2.000.000.00
Muebles y enseres	\$ 600.000.00
Maquinaria	\$4.000.000.00
<hr/>	
Total activos fijos depreciables	\$6.600.000.00

### ACTIVOS DIFERIDOS (Amortizables)

Estudio de mercados	\$ 300.000.00
Diseños y modelos	\$ 100.000.00
Registro de marca (Vr. Pagado)	\$1.000.000.00
<hr/>	
Total activos diferidos	\$1.400.000.00

### MATERIAS PRIMAS, COSTOS, GATOS

E INSUMOS (Primer mes)	\$ 1.210.000.00
COSTO DE MANO DE OBRA (primer mes)	\$ 3.536.084.00
ARRIENDOS (primer mes)	\$1.500.000.00
CAPITAL DE TRABAJO PARA INICIAR	\$5.000.000.00

TOTAL INVERSIÓN REQUERIDA \$19.246.084.00

**7. PROYECCION DE VENTA Y RENTABILIDAD**

**Ventas año 1**

***CANTIDAD DE VENTAS EN UNIDADES A DISTRIBUIR EN EL AÑO 1.***

<b>CORTAR</b>	<b>8.000</b>	<b>VENTAS Unidades Producto 1</b>
<b>CAMBIO CREMALLERAS</b>	<b>4.000</b>	<b>VENTAS Unidades Producto 2</b>
<b>EXTRECHAR Y ENSANCHAR</b>	<b>8.000</b>	<b>VENTAS Unidades Producto 3</b>

***PRECIOS DE VENTA POR PRODUCTO PARA EL AÑO 1.***

<b>CORTAR</b>	<b>8.000</b>	<b>PRECIO DE VENTA en pesos (producto 1.)</b>
<b>CAMBIO CREMALLERAS</b>	<b>4.000</b>	<b>PRECIO DE VENTA en pesos (producto 2.)</b>
<b>EXTRECHAR Y ENSANCHAR</b>	<b>8.000</b>	<b>PRECIO DE VENTA en pesos (producto 3.)</b>

Plan de negocios para la creación de la empresa “A TU MEDIDA”  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

---

ITEM	TOTAL
VENTAS en % Producto 1.	100,00%
VENTAS en % Producto 2.	100,00%
VENTAS en % Producto 3.	100,00%
PRODUCTO. 1. Vtas unidades	<b>8.000</b>
PRODUCTO. 2. Vtas unidades	<b>4.000</b>
PRODUCTO. 3. Vtas unidades	<b>8.000</b>
<b>TOTAL VENTAS</b>	<b>\$ 144.000.000</b>

**Ventas año 2**

***CANTIDAD DE VENTAS EN UNIDADES A DISTRIBUIR EN EL AÑO 2.***

CORTAR	9.200	<b>VENTAS Unidades Producto 1</b>
CAMBIO CREMALLERAS	4.600	<b>VENTAS Unidades Producto 2</b>
EXTRECHAR Y ENSANCHAR	9.200	<b>VENTAS</b>

Plan de negocios para la creación de la empresa "A TU MEDIDA"  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

---

**Unidades Producto**  
**3**

***PRECIOS DE VENTA POR PRODUCTO PARA EL AÑO 2.***

CORTAR

**PRECIO DE VENTA en pesos**  
**8.240 (producto 1.)**

CAMBIO CREMALLERAS

**PRECIO DE VENTA en pesos**  
**4.120 (producto 2.)**

EXTRECHAR Y ENSANCHAR

**PRECIO DE VENTA en pesos**  
**8.240 (producto 3.)**

ITEM	TOTAL
VENTAS en % Producto 1.	100,00%
VENTAS en % Producto 2.	100,00%
VENTAS en % Producto 3.	100,00%
PRODUCTO. 1. Vtas unidades	<b>9.200</b>
PRODUCTO. 2. Vtas unidades	<b>4.600</b>
PRODUCTO. 3. Vtas unidades	<b>9.200</b>
<b>TOTAL VENTAS MES</b>	<b>\$ 170.568.000</b>

**Ventas año 3**

***CANTIDAD DE VENTAS EN UNIDADES A DISTRIBUIR EN EL AÑO 3.***

CORTAR	11.960	<b>VENTAS Unidades Producto 1</b>
CAMBIO CREMALLERAS	5.980	<b>VENTAS Unidades Producto 2</b>
EXTRECHAR Y ENSANCHAR	11.960	<b>VENTAS Unidades Producto 3</b>

***PRECIOS DE VENTA POR PRODUCTO PARA EL AÑO 3.***

CORTAR	8.504	<b>PRECIO DE VENTA en pesos (producto 1.)</b>
CAMBIO CREMALLERAS	4.252	<b>PRECIO DE VENTA en pesos (producto 2.)</b>
EXTRECHAR Y ENSANCHAR	8.504	<b>PRECIO DE VENTA en pesos (producto 3.)</b>

Plan de negocios para la creación de la empresa "A TU MEDIDA"  
Informa final de grado (IFI)  
Universidad EAN

---

ITEM		TOTAL
VENTAS en % Producto 1.		100,00%
VENTAS en % Producto 2.		100,00%
VENTAS en % Producto 3.		100,00%
PRODUCTO. 1. Vtas unidades		<b>11.960</b>
PRODUCTO. 2. Vtas unidades		<b>5.980</b>
PRODUCTO. 3. Vtas unidades		<b>11.960</b>
<b>TOTAL VENTAS</b>		<b>\$ 228.834.029</b>

## **8. CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACION DE VIABILIDAD.**

Teniendo en cuenta que se tomo un mes pre operativo como plazo para colocar en marcha el proyecto, la inversión requerida será de \$21MM, así las cosas los indicadores obtenidos para la empresa A TU MEDIDA son los siguientes: La rentabilidad en la empresa será del 18.23%, porcentaje que se considera normal, tratándose del desarrollo de la operación de un negocio en su primer año, la rentabilidad de la inversión será del 60%, los activos generaran una rentabilidad del 36.35%.

En cuanto al endeudamiento y teniendo en cuenta que se obtiene un crédito los indicadores desfavorables para la empresa en el sentido que hasta ahora se inicia con el pago de capital e intereses. El endeudamiento sobre los activos es del 46.31%, no indica el porcentaje de activos que se encuentran comprometidos con los acreedores; con respecto al endeudamiento sobre el patrimonio asciende al 72.15%, el endeudamiento corriente es del 37.87% indica que la empresa se puede endeudar hasta en este porcentaje en el corto plazo, sin correr ningún riesgo.

El modelo considera que los resultados financieros son los síntomas de las decisiones y sucesos de la organización, estableciendo un vínculo entre la viabilidad financiera y la viabilidad empresarial. Dada esta relación, podemos predecir el éxito financiero de la empresa siempre y cuando las características de ésta y su estrategia se mantengan estables.

## **II. MERCADO**

### **1. Análisis del sector**

#### **1.1. Caracterización del sector.**

Este negocio nos permite llegar a una población cada vez mayor para los que cualquier arreglo o transformación que tenga que efectuar en su ropa nueva o usada se le convierte en un problema por cuya solución están dispuestos a pagar.

Es de destacar como un factor importante para el crecimiento de la demanda de estos servicios la incorporación de la mujer al mercado laboral, puesto que la adaptación de prendas era una actividad que tradicionalmente se realizaba por las mujeres en casa. Sin embargo la falta de tiempo de las mujeres que trabajan fuera del hogar, así como la pérdida del aprendizaje de este tipo de tareas, hace que se acuda cada vez con más frecuencia a este servicio, creemos que es pertinente realizar una investigación teniendo en cuenta el papel de la mujer en la vida cotidiana y las transformaciones de esta durante el siglo XX.

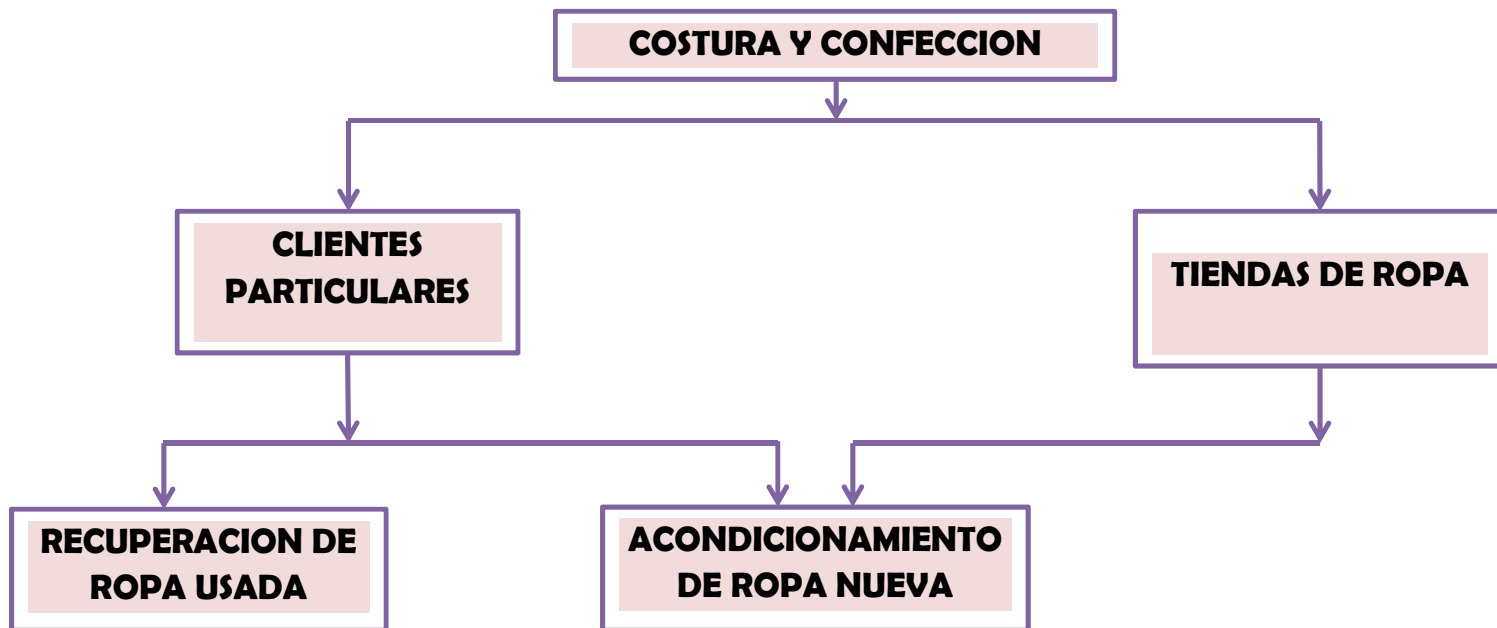


**2. Análisis y estudio del mercado.**

**2.1. Segmentación del mercado.**

Categoría: **COSTURA**

Segmento: **RECUPERACION DE ROPA USADA Y ARREGLO DE ROPA NUEVA**



## **2.2. Atractivo del Mercado.**

Según los estimativos el mercado y los comportamientos desde el año 2002 el mercado de empresas de Arreglos de Ropa puede crecer en un 20% para los próximos dos años (2013 – 2014). De tal podríamos tener solo en Bogotá un número muy reducido de empresas formales dedicadas a este tipo de arreglos de las cuales no hay ninguna ubicada en el sector de suba donde va a estar ubicado el local. **El atractivo de mercado indica que la estrategia por seguir es desarrollo de producto en el mercado de ARREGLOS DE ROPA USADA Y ACONDICIONAMIENTO DE ROPA NUEVA.** El factor de éxito de "A TU MEDIDA" será el cumplimiento y la efectividad en los arreglos conservando la línea original de cada prenda.

## 2.3. Descripción de los consumidores

### 2.3.1. Perfil del consumidor. Segmentación

CRITERIOS / variables	CARACTERÍSTICAS
<b>GEOGRÁFICOS</b>	
Región o país del mundo	Colombia
Región del país	Localidad de suba Bogotá
Tamaño de la zona geográfica	Habitantes: 780.267 Área: 10.054 hectáreas Barrios: 259
Urbana – rural	Urbana
<b>DEMOGRÁFICAS</b>	
Edad	Mayores de 15 años
Género	Masculino y femenino
Ciclo de vida familiar	Joven, soltero, casado, con hijos , divorciado, viudo
Escolaridad	N/A
Ocupación	N/A
<b>PSICOGRÁFICA</b>	
Clase social	Clase social Media-Alta
Personalidad	Familias que deseen arreglos rápidos y comodidad
<b>CONDUCTAL</b>	
Ocasión de compra	Arreglo de ropa nueva y usada
Beneficios buscados	recuperación de la ropa usada y el arreglo de ropa nueva
Estatus del usuario	Todos
Tasa de uso	Una vez por mes

### 2.3.2. Centro de compra de los consumidores



**3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.**

**3.1. Análisis de atributos competidores directos.**

**ANÁLISIS DE ATRIBUTOS COMPETIDORES DIRECTOS**

	<b>Competidor directo 1</b>	<b>Cal.</b>	<b>Competidor directo 2</b>
<b>Marca</b>	<b>Modisterías tradicionales ubicadas en los barrios de Suba</b>		<b>ALMACENES QUE CUENTAN CON ESTE SERVICIO</b>
<b>ATRIBUTOS</b>			
<b>Fórmula o núcleo</b>	Reparación de prendas zapatos y maletas	2	Reparación de prendas exclusivas de su almacén o marca
<b>Calidad</b>	Todo en un solo lugar	4	Servicio posventa sin costo adicional
<b>Marca Estrategia de imagen</b>	Arreglo de prendas y ropa de hogar	3	Acondicionamiento y entrega de la prenda al gusto del cliente.
<b>Surtido – variedades</b>	Arreglo de ropa, zapatos y maletas Bordado en estampado Lavandería Confección de vestidos	3	Arreglo de botas angostar ensanchar ajustar mangas

Plan de negocios para la creación de la empresa “A TU MEDIDA”  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

---

<b>Servicio</b>	Personal experto en el ramo	3	Garantizan que la prenda sale como original del almacén
<b>Garantía</b>	Amplia gama de servicios	3	Directa del fabricante
<b>Precio</b>	Cercanía y confiabilidad	3	Servicio complementario
<b>Sumatoria</b>		<b>25</b>	
<b>Posicionamiento</b>			

### 3.2. Fortalezas y debilidades de la competencia directa

<b>EMPRESAS: MODISTERIAS TRADICIONALES UBICADAS EN LOS BARRIOS DE SUBA</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>Expertos en arreglos</b>	<b>Costo alto</b>
<b>Tradicición</b>	<b>No segmentan el mercado relevante</b>
<b>Experiencia en el mercado</b>	<b>Mala atención de las representantes comerciales</b>

<b>Variedad de arreglos</b>	<b>Tiempos de entrega</b>
<b>Trayectoria</b>	<b>Maquinaria de punta</b>

**4. ESTUDIO DE PRECIOS.**

	<b>Competencia A</b>	<b>Competencia B</b>	<b>Competencia C</b>
	<b>MODISTERIAS TRADICIONALES UBICADAS EN LOS BARRIOS DE SUBA</b>	<b>ALMACENES QUE CUENTAN CON ESTE SERVICIO</b>	<b>A TU MEDIDA</b>
<b>ALTO</b>	<b>\$ 15.000 PROMEDIO</b>		
<b>MEDIO</b>			<b>10.000 CON SERVICIO DE ENTREGA ADICIONAL</b>
<b>BAJO</b>		<b>INCLUIDO EN EL VALOR DE LA PRENDA.</b>	

Se analizaron los precios de los arreglos más comunes en las dos empresas que determinamos competencia directa siendo las **MODISTERIAS TRADICIONALES UBICADAS EN LOS BARRIOS DE SUBA** el más alto y los **ALMACENES QUE CUENTAN CON ESTE SERVICIO** los consideramos como un reto puesto que no tiene valor el servicio que le presta al usuario final pero si tiene un costo para la administración de la tienda. Esto nos permitirá realizar el estudio técnico de precio de “A TU MEDIDA”.

## 5. PLAN DE MERCADEO.

### 5.1. Objetivos del Plan

Incursionar en un mercado global de 5000 unidades de arreglos de ropa, donde “A TU MEDIDA” conseguirá un 20% de participación logrando ventas totales en el primer año de \$144.000.000.

#### 5.1.1. Objetivos cualitativos

Lograr que el segundo semestre del año 2014 la empresa “A TU MEDIDA” sea reconocida como la firma especializada en arreglos de prendas de vestir para la zona noroccidental de la ciudad de Bogotá.

## 5.2. Estrategias básicas de marketing

**5.2.1 Estrategias para estimular la demanda selectiva:** Construir marca basados en la garantía del arreglo igual que la prenda original

**5.2.2 Estrategias para estimular la demanda primaria:** Estimular la disposición de compra de los visitantes del centro comercial que necesiten este servicio y

hacer negociación con las principales tiendas de ropa contando con personal altamente calificado que remplace la carga prestacional que asumen las tiendas en el momento.

### **5.3. Concepto del negocio**

Tienda de costura dedicada a los arreglos de todo tipo prendas enfocada a atender a clientes particulares y tiendas de ropa del centro comercial Plaza Imperial.

### **5.4. Objetivo del producto**

Presentar una opción de arreglo y personalización de prendas consiguiendo que los clientes se sientan cómodos al momento de vestir.

### **5.5. Estrategia de precio.**

**5.5.1. Objetivo del precio:** Presentar un servicio de alta calidad asequible a los clientes.

**5.5.2. Estrategia de precio:** Que refleje la alta calidad de servicio y como valor agregado entrega a domicilio.

## 5.6. FIJACIÓN DEL PRECIO

### 5.6.1. Precio Técnico

PRECIO TECNICO		
COSTOS FIJOS	\$ 50.027.282	\$ 2.501
COSTOS VARIABLES	\$ 5.133.600	\$ 257
COSTO TOTAL	\$ 55.160.882	\$ 2.758
PRONOSTICO Q		20000
PRESUPUESTO DE GASTOS ADM.	\$ 39.032.806	\$ 1.952
PRESUPUESTO DE GASTOS MEC. VENTAS	\$ 28.800.000	\$ 1.440
PRECIO TECNICO		\$ 6.150

EL PRECIO MINIMO PARA CUBRIR COSTOS Y GASTOS ES DE \$6.250

### 5.6.2 Precio optimo

<b>UTILIDAD ESPERADA</b>	<b>30%</b>
<b>PRECIO OPTIMO</b>	<b>\$ 7.995</b>
<b>PYG</b>	
<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>\$ 7.995</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$ 2.758</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 10.753</b>
<b>GASTOS ADM.</b>	<b>\$ 1.952</b>
<b>PRESUPUESTO DE GASTOS MEC. VENTAS</b>	<b>\$ 1.440</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 7.361</b>

### 5.6.3. POLÍTICAS DE DESCUENTO

<b>PRECIO OPTIMO</b>	<b>\$ 7.995</b>
----------------------	-----------------

<b>POLITICA DE DESCUENTO</b>	<b>DESCUENTO</b>	<b>PRECIO</b>
<b>VOLUMEN MAYOR A 5 PRENDAS</b>	<b>5%</b>	<b>\$ 7.595</b>
<b>COSUMOS MAYOR A 60 ARREGLOS MES</b>	<b>15%</b>	<b>\$ 6.796</b>

(APLICA PARA CLIENTES  
INSTITUCIONALES)

### **5.7. PLAZOS DE PAGO.**

En este negocio se maneja el pago de 40% anticipado y el saldo contra entrega, esta política se aplica para asegurar el costo de la inversión y el retorno del cliente a retirar la prenda.

### **5.8. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN**

#### **5.8.1. Venta personal**

**Objetivo de ventas:** Garantizar por medio del buen servicio la recompra.

**Estrategia de venta:** Cumplir las expectativas del cliente garantizando que la prenda se acomode a sus necesidades.

**Quién va a vender:** el Gerente y un operario de A TU MEDIDA.

**Qué clientes:** Particulares y almacenes de ropa en el Centro Comercial Plaza Imperial ubicada en la localidad de Suba en la ciudad de Bogotá.

**Cómo:**



### **5.8.2. Marketing directo**

**Objetivo:** Dar a conocer la empresa A TU MEDIDA como la firma especializada arreglo y personalización de ropa nueva y usada.

#### b.1. Programas de acción

**Base de datos** una parte se obtendrá por medio de una investigación de mercado verificando los principales almacenes que prestan este servicio en el centro comercial y la segunda parte la conforman los clientes que tomen el servicio durante el desarrollo del negocio.

**Correo directo por web.** Con el objetivo de dar a conocer la empresa y sus productos. Se enviará el portafolio de productos y una presentación con los arreglos más frecuentes.

**Tele marketing.** Con el objetivo de ofrecer el servicio de recogida de prendas para arreglo (este servicio solamente se presta a clientes que hayan registrado sus prendas en la empresa).

**Servicio al cliente:** Entrega de la prenda a domicilio en hora y fecha acordada por el cliente.

### 5.9. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

MARCA	EJE	TIPO DE COMUNICACIÓN
MODISTERIAS TRADICIONALES UBICADAS EN LOS BARRIOS DE SUBA	Tradición	Emocional
ALMACENES QUE CUENTAN CON ESTE SERVICIO	Valor Agregado	Informativa
A TU MEDIDA	Prenda como original	Situacional

**Eje de comunicación:** Prenda igual a la original

**Idea diferenciadora:** Arreglo de prendas en el menor tiempo posible y entrega a domicilio.

**Promesa básica:** Arreglo de prendas en el menor tiempo posible y como la original.

**Objetivos:**

- Generar opinión pública positiva de la empresa A TU MEDIDA.
- Persuadir a los decisores de compra de los Almacenes que cuentan con este servicio a utilizar los servicios de A TU MEDIDA.

**Herramientas por utilizar**

Presentación de producto: Objetivo: Lanzamiento de la empresa

Invitación a los decisores de compra a conocer el establecimiento por medio de publicidad directa utilizando volantes planteando la solución de arreglo de ropa en el sector del centro comercial de Suba.

Redes sociales: Community Manager, Linklind, Twiter, You tube, página del centro comercial. La empresa comenzará a construir una campaña de vinculación a las principales redes sociales aprovechando que aún no tienen costo y son un medio efectivo para dar a conocer la empresa.

**6. ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD**

**Objetivos:**

- Crear la imagen de la empresa A TU MEDIDA como única empresa en el sector experta en arreglo y personalización de ropa nueva y usada.
- Dar a conocer la imagen corporativa que refleje el buen servicio y la calidad en los arreglos.
- Llevar al cliente a lucir prendas actuales y a la vanguardia de la moda.

**6.1. Mensaje publicitario:**

**SU PRENDA COMO LA ORIGINAL**

**7. PROYECCIÓN DE VENTAS**

**7.1. Proyección de ventas año 1**

***CANTIDAD DE VENTAS EN UNIDADES A DISTRIBUIR EN EL AÑO 1.***

<i><b>CORTAR</b></i>	<b>8.000</b>	<b>VENTAS Unidades Producto 1</b>
<i><b>CAMBIO CREMALLERAS</b></i>	<b>4.000</b>	<b>VENTAS Unidades Producto 2</b>
<i><b>EXTRECHAR Y ENSANCHAR</b></i>	<b>8.000</b>	<b>VENTAS Unidades Producto 3</b>
<i><b>PRECIOS DE VENTA POR PRODUCTO PARA EL AÑO 1.</b></i>		
<i><b>CORTAR</b></i>	<b>8.000</b>	<b>PRECIO DE VENTA en pesos (producto 1.)</b>
<i><b>CAMBIO CREMALLERAS</b></i>	<b>4.000</b>	<b>PRECIO DE VENTA en pesos (producto 2.)</b>
<i><b>EXTRECHAR Y ENSANCHAR</b></i>	<b>8.000</b>	<b>PRECIO DE VENTA en pesos (producto 3.)</b>

Plan de negocios para la creación de la empresa “A TU MEDIDA”  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

---

**7.1.1. Proyección de ventas mes a mes año 1 por producto.**

ITEM	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
VENTAS en % Producto 1.	10,00%	10,00%	10,00%	5,00%	5,00%	10,00%
VENTAS en % Producto 2.	10,00%	5,00%	10,00%	5,00%	5,00%	10,00%
VENTAS en % Producto 3.	3,00%	10,00%	3,00%	10,00%	9,00%	10,00%
PRODUCTO. 1. Vtas unidades	800	800	800	400	400	800
PRODUCTO. 2. Vtas unidades	400	200	400	200	200	400
PRODUCTO. 3. Vtas unidades	240	800	240	800	720	800
TOTAL VENTAS MES \$	\$ 9.920.000	\$ 13.600.000	\$ 9.920.000	\$ 10.400.000	\$ 9.760.000	\$ 14.400.000
ITEM	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
VENTAS en % Producto 1.	8,00%	7,00%	5,00%	7,00%	8,00%	15,00%
VENTAS en % Producto 2.	6,00%	7,00%	10,00%	7,00%	8,00%	17,00%
VENTAS en % Producto 3.	9,00%	8,00%	9,00%	9,00%	10,00%	10,00%
PRODUCTO. 1. Vtas unidades	640	560	400	560	640	1.200
PRODUCTO. 2. Vtas unidades	240	280	400	280	320	680
PRODUCTO. 3. Vtas unidades	720	640	720	720	800	800
TOTAL VENTAS MES \$	\$ 11.840.000	\$ 10.720.000	\$ 10.560.000	\$ 11.360.000	\$ 12.800.000	\$ 18.720.000

Plan de negocios para la creación de la empresa "A TU MEDIDA"  
Informa final de grado (IFI)  
Universidad EAN

---

ITEM	TOTAL
VENTAS en % Producto 1.	1
VENTAS en % Producto 2.	1
VENTAS en % Producto 3.	1
PRODUCTO. 1. Vtas unidades	8000
PRODUCTO. 2. Vtas unidades	4000
PRODUCTO. 3. Vtas unidades	8000
<b>TOTAL VENTAS MES \$</b>	<b>\$ 144.000.000</b>

**7.2. Proyección de ventas año 2**

***CANTIDAD DE VENTAS EN UNIDADES A DISTRIBUIR EN EL AÑO 2.***

	<b>9.200</b>	<b>VENTAS Unidades Producto 1</b>
CORTAR		
CAMBIO CREMALLERAS	<b>4.600</b>	<b>VENTAS Unidades Producto 2</b>
EXTRECHAR Y ENSANCHAR	<b>9.200</b>	<b>VENTAS Unidades Producto 3</b>

***PRECIOS DE VENTA POR PRODUCTO PARA EL AÑO 2.***

	<b>8.240</b>	<b>PRECIO DE VENTA en pesos (producto 1.)</b>
CORTAR		
CAMBIO CREMALLERAS	<b>4.120</b>	<b>PRECIO DE VENTA en pesos (producto 2.)</b>
EXTRECHAR Y ENSANCHAR	<b>8.240</b>	<b>PRECIO DE VENTA en pesos (producto 3.)</b>

Plan de negocios para la creación de la empresa “A TU MEDIDA”  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

---

**7.2.1. Proyección de ventas mes a mes año 2 por producto.**

ITEM	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
VENTAS en % Producto 1.	10,00%	10,00%	10,00%	5,00%	5,00%	10,00%
VENTAS en % Producto 2.	10,00%	5,00%	10,00%	5,00%	5,00%	10,00%
VENTAS en % Producto 3.	3,00%	10,00%	3,00%	10,00%	9,00%	10,00%
PRODUCTO. 1. Vtas unidades	920	920	920	460	460	920
PRODUCTO. 2. Vtas unidades	460	230	460	230	230	460
PRODUCTO. 3. Vtas unidades	276	920	276	920	828	920
<b>TOTAL VENTAS MES</b> \$	\$ 11.750.240	\$ 16.109.200	\$ 11.750.240	\$ 12.318.800	\$ 11.560.720	\$ 17.056.800
ITEM	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
VENTAS en % Producto 1.	8,00%	7,00%	5,00%	7,00%	8,00%	15,00%
VENTAS en % Producto 2.	6,00%	7,00%	10,00%	7,00%	8,00%	17,00%
VENTAS en % Producto 3.	9,00%	8,00%	9,00%	9,00%	10,00%	10,00%
PRODUCTO. 1. Vtas unidades	736	644	460	644	736	1.380
PRODUCTO. 2. Vtas	276	322	460	322	368	782

Plan de negocios para la creación de la empresa "A TU MEDIDA"  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

---

unidades						
PRODUCTO. 3. Vtas unidades	828	736	828	828	920	920
<b>TOTAL VENTAS MES</b> \$	\$ 14.024.480	12.697.840	\$ 12.508.320	\$ 13.455.920	\$ 15.161.600	\$ 22.173.840

ITEM	TOTAL
VENTAS en % Producto 1.	100,00%
VENTAS en % Producto 2.	100,00%
VENTAS en % Producto 3.	100,00%
PRODUCTO. 1. Vtas unidades	<b>9.200</b>
PRODUCTO. 2. Vtas unidades	<b>4.600</b>
PRODUCTO. 3. Vtas unidades	<b>9.200</b>
<b>TOTAL VENTAS MES</b> \$	<b>\$ 170.568.000</b>

### 7.3. Proyección de ventas año 3

***CANTIDAD DE VENTAS EN UNIDADES A DISTRIBUIR EN EL AÑO 3.***

CORTAR	11.960	VENTAS Unidades Producto 1
CAMBIO CREMALLERAS	5.980	VENTAS Unidades Producto 2
EXTRECHAR Y ENSANCHAR	11.960	VENTAS Unidades Producto 3

***PRECIOS DE VENTA POR PRODUCTO PARA EL AÑO 3.***

CORTAR	8.504	PRECIO DE VENTA en pesos (producto 1.)
CAMBIO CREMALLERAS	4.252	PRECIO DE VENTA en pesos (producto 2.)
EXTRECHAR Y ENSANCHAR	8.504	PRECIO DE VENTA en pesos (producto 3.)

Plan de negocios para la creación de la empresa “A TU MEDIDA”  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

---

**7.3.1 Proyección de ventas mes a mes año 3 por producto.**

ITEM	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
VENTAS en % Producto 1.	10,00%	10,00%	10,00%	5,00%	5,00%	10,00%
VENTAS en % Producto 2.	10,00%	5,00%	10,00%	5,00%	5,00%	10,00%
VENTAS en % Producto 3.	3,00%	10,00%	3,00%	10,00%	9,00%	10,00%
PRODUCTO. 1. Vtas unidades	1.196	1.196	1.196	598	598	1.196
PRODUCTO. 2. Vtas unidades	598	299	598	299	299	598
PRODUCTO. 3. Vtas unidades	359	1.196	359	1.196	1.076	1.196
<b>TOTAL VENTAS MES \$</b>	<b>\$ 15.764.122</b>	<b>\$ 21.612.103</b>	<b>\$ 15.764.122</b>	<b>\$ 16.526.902</b>	<b>\$ 15.509.862</b>	<b>\$ 22.883.403</b>
ITEM	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
VENTAS en % Producto 1.	8,00%	7,00%	5,00%	7,00%	8,00%	15,00%
VENTAS en % Producto 2.	6,00%	7,00%	10,00%	7,00%	8,00%	17,00%
VENTAS en % Producto 3.	9,00%	8,00%	9,00%	9,00%	10,00%	10,00%
PRODUCTO. 1. Vtas unidades	957	837	598	837	957	1.794
PRODUCTO. 2. Vtas	359	419	598	419	478	1.017

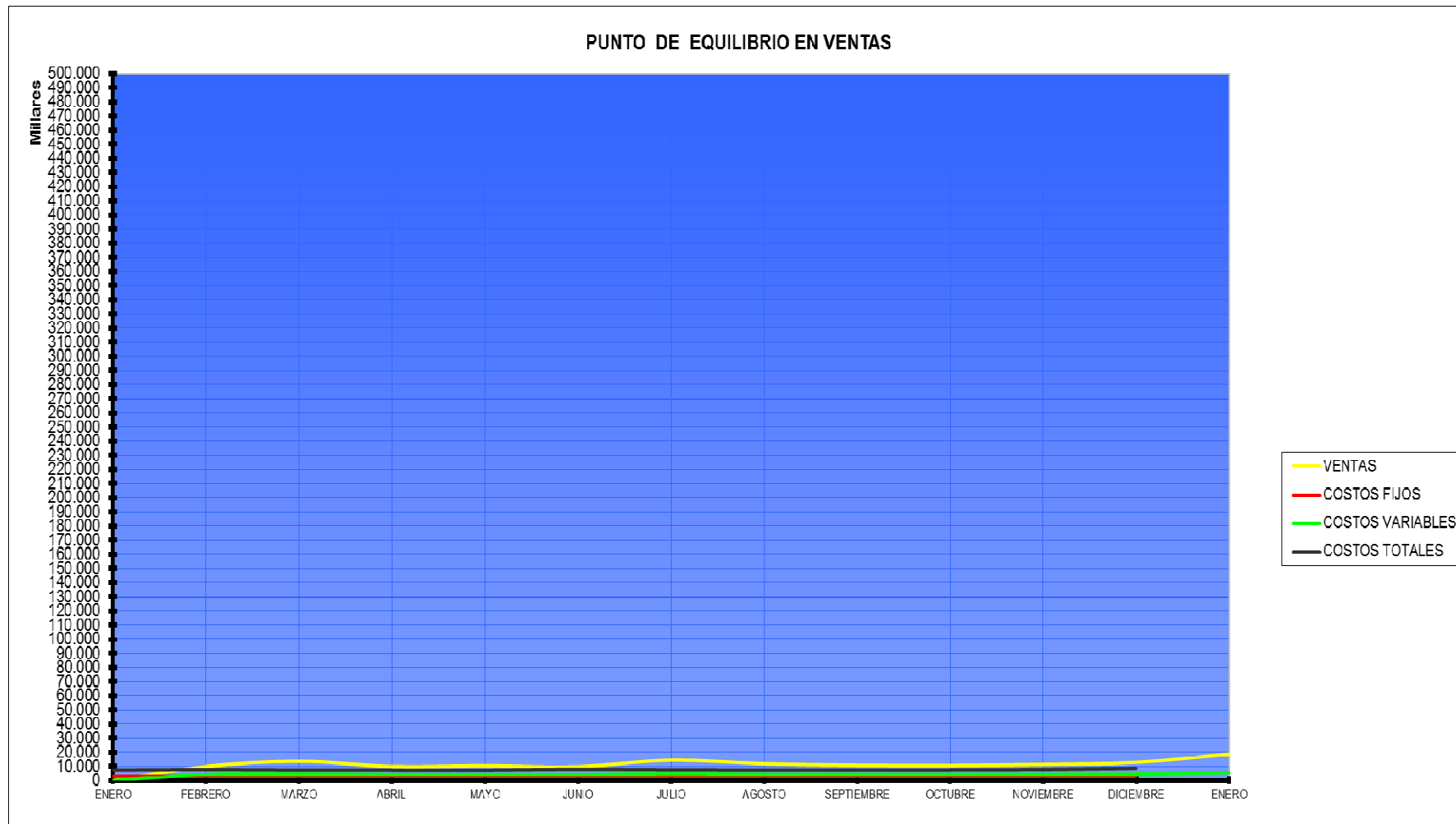
Plan de negocios para la creación de la empresa "A TU MEDIDA"  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

---

unidades						
PRODUCTO. 3. Vtas unidades	1.076	957	1.076	1.076	1.196	1.196
TOTAL VENTAS MES \$	\$ 18.815.242	17.035.422 \$	16.781.162 \$	18.052.462 \$	20.340.803 \$	29.748.424 \$

ITEM	TOTAL
VENTAS en % Producto 1.	100,00%
VENTAS en % Producto 2.	100,00%
VENTAS en % Producto 3.	100,00%
PRODUCTO. 1. Vtas unidades	11.960
PRODUCTO. 2. Vtas unidades	5.980
PRODUCTO. 3. Vtas unidades	11.960
<b>TOTAL VENTAS MES \$</b>	<b>\$ 228.834.029</b>

## 8. PUNTO DE EQUILIBRIO DE VENTAS



## CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>\$ 70.918.511</b>
----------------------------	----------------------

COSTOS FIJOS	=	36.960.806	36.960.806
1- (C.V./VTAS)		1- 0,48	0,52

VENTAS NETAS TOTALES AÑO 1. \$	115.200.000
VENTAS NETAS TOTALES AÑO 2. \$	136.454.400
VENTAS NETAS TOTALES AÑO 3. \$	183.067.223

<u>COMPROBACION</u>	
VENTAS PROYECTADAS \$	70.918.511
COSTO VARIABLES	-33.957.705
UTILIDAD BRUTA \$	36.960.806
COSTOS FIJOS.	-36.960.806
UTILIDAD OPERACIONAL \$	0

	<u>Fijos</u>	<u>Variables</u>
VENTAS NETAS TOTALES AÑO 1.	36.960.806	55.160.882

*ventas POR DIA en el punto de equilibrio. \$* **196.996**

**9. CUADRO INTEGRAL DE MANDO DE MERCADEO.**

<b>Perspectiva</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Indicador de resultados</b>	<b>unidad</b>	<b>Meta</b>	<b>Efec to plaz o mese s</b>	<b>Causa indicadores de actuación</b>	<b>Iniciativa estratégica acciones</b>	<b>Iniciativa estratégica responsables</b>
<b>Financiera</b>	Garantizar la rentabilidad necesaria para superar el punto de equilibrio	Ventas brutas /costos	%	21	12	Seguimiento a clientes de almacenes, aplicando políticas de descuentos en cada negociación.	Seguimiento oportuno y veraz aprovechando el crecimiento y difusión del servicio	Dirección Gerencial
<b>De los clientes</b>	Estimular la demanda en las visitantes del centro comercial.	Todas las personas que requieren este tipo de servicio	%	11	12	Seguimiento a las personas que compran ropa en el centro comercial	Satisfacción en la calidad de los arreglos	Gerencia comercial
<b>Marketing estratégico</b>	Construir marca basados en la entrega	Número de	%	11	8	Ventas	Número de arreglos	Gerencia de

Plan de negocios para la creación de la empresa “A TU MEDIDA”  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

	de la prenda como la original como idea diferenciadora.	persona que toman el servicio				realizadas	realizados	mercado
<b>Marketing mix</b>	Producto Presentar un producto de alta calidad entregado en el tiempo pactado con el cliente .	Ventas realizadas	%	11	1	Clientes atendidos	Seguimiento y medición	Gerencia de mercadeo
	Precio Presentar un producto de alta calidad asequible a los clientes	Ventas totales/mercado total	%	11	1	Seguimiento a la demanda total del mercado.	Visitas a los puntos de la competencia	Gerencia comercial
	Comunicación Ser reconocidos como la firma especializada arreglo y personalización de ropa nueva y usada.	Encuesta de satisfacción.	%	11	12	Seguimiento del nivel de satisfacción y efectividad de los arreglos	Medición con encuesta de satisfacción	Gerencia de mercadeo

## **10. ASPECTOS ORGANIZACIONALES Y LEGALES**

### **10.1. Análisis estratégico**

#### **10.1.1 Misión**

Ser una empresa orientada a la comodidad en el momento de vestir, logrando que nuestros clientes se sientan elegantes y a la vanguardia de la moda.

#### **10.1.2. Visión**

Para el año 2015 ser reconocida como una compañía líder y confiable en la personalización de prendas de vestir de acuerdo a las necesidades de nuestros clientes, brindando un servicio eficiente y oportuno.

#### **10.1.3. Ventajas Competitivas, valor**

- Equipo profesional altamente competente
- Servicio a domicilio
- Las prendas se entregaran en 24 horas.
- Los terminados de las prendas serán idénticos a la original.

#### **10.1.4. Perfil de los emprendedores**

- Administrador de Empresas, Especialista en Mercadeo.
- Técnico en Diseño de Modas, Titulado, con conocimiento del sector y experiencia en el puesto.
- Operario de Maquina Especializada, Destreza en el manejo de máquina de coser, fileteadora, corte y material de confección, tener iniciativa y buenas relaciones personales.
- Outsorcing contable.

### 10.1.5 Análisis DOFA

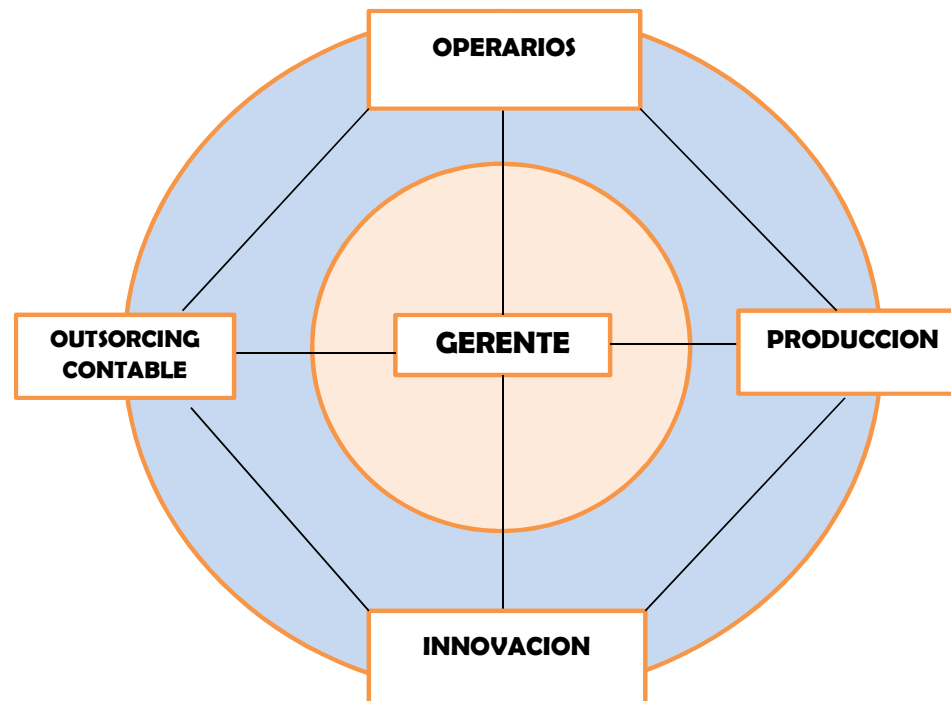
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<b>Portafolio de productos limitado</b>	<b>Enfoque novedoso que le permita al cliente sentirse en un espacio amigable mientras sus prendas son arregladas</b>
<b>Experiencia en el sector</b>	<b>Mostrarse como un extensión en calidad y estilo de los almacenes de ropa que no presten este servicio</b>
<b>Empresas familiares con gran trayectoria en el mercado</b>	<b>El cambio en la moda</b>
<b>Almacenes que cuentan con este servicio y lo ofrecen como un valor agregado</b>	<b>El potencial de crecimiento en el mercado de arreglo de ropa, cada vez hay menos gente que realice estas actividades</b>
	<b>Mano de obra calificada</b>

## 11. Estructura Organizacional

### 11.1 Perfiles y funciones.

Del Gerente dependerá la creación de estrategias y control de gestión de A TU MEDIDA siendo el gestor de las diferentes áreas. La dirección de mercadeo creará y ejecutará estrategias de mercadeo y sostenibilidad de los clientes potenciales, actuales y futuros. La dirección financiera velará por el buen flujo de los recursos económicos de la empresa y responder por las obligaciones legales y gubernamentales que corresponde, los operarios y gerentes de cada punto deberán garantizar la calidad en los arreglos que superen la expectativa del cliente.

### 11.2. Organigrama.



## **12. ASPECTOS LEGALES**

### **12.1 Tipo de sociedad.**

A tu medida S.A.S. Empresa de servicios.

Fue escogido este tipo de sociedad ya que puede ser constituida por una o varias personas naturales y/o jurídicas, a través de un documento privado con autenticación de firmas. Librándonos así del engorroso trámite de escritura pública ante notaría, el cual se necesita solamente en los eventos en que se vayan a aportar bienes inmuebles. El paso siguiente es inscribir la sociedad en la correspondiente cámara de comercio de la ciudad.

Con este modelo promoveríamos la innovación tanto tecnológica como empresarial, reduciríamos las barreras de acceso al sistema financiero, emprenderíamos un mejor desarrollo económico en el país y la posibilidad de que con un bajo presupuesto podamos dar inicio a un proyecto de empresa.

### **12.2. Ventajas y desventajas de las S.A.S**

Por: Luis Fernando Rincón Cuellar\*

El exceso de regulación por parte del Estado en los aspectos comerciales de un país afecta notablemente la economía al incrementar los costos en que debe incurrir una compañía para cumplir con las obligaciones legales impuestas. Ello altera sus beneficios, disminuye la competitividad de una nación frente a las demás y, en cierta medida, desincentiva la inversión. Hasta la fecha, la gran cantidad de normas de carácter obligatorio que imperaba en los aspectos societarios impedía o dificultaba la estructuración de grupos empresariales, el montaje de sistemas de gobierno corporativo para una familia e incrementaba los costos para una persona que deseaba crear empresa. Las normas societarias colombianas no permitían desenvolverse libremente: no eran flexibles, ni aceptaban la realidad del comercio actual.

Por fortuna se dio un gran avance en la modernización del derecho societario en el

país, al promulgarse la ley 1258 de 2008 mediante la cual se aprobó la creación de las sociedades anónimas simplificadas (SAS). Con esta figura, se permite realizar construcciones jurídicas acordes con el mundo de hoy, y quedó atrás el esquema anterior, demasiado rígido y diseñado para la situación económica de hace 40 años, época en la que aquellas construcciones eran totalmente impensables. En efecto, la ley otorga hoy a los accionistas una amplia libertad con respecto a la organización y el funcionamiento de su sociedad, para que éstos las definan conforme a su objeto social y a sus necesidades. Sólo deben cumplir con algunas normas de carácter obligatorio.

#### Avances en la constitución

Para comenzar, este tipo de sociedades podrán ser constituidas por una o varias personas naturales y/o jurídicas, a través de un documento privado con autenticación de firmas. Se liberan así del engorroso trámite de escritura pública ante notaría, el cual se necesita solamente en los eventos en que se aporten bienes inmuebles. El paso siguiente es inscribir la sociedad en la correspondiente Cámara de Comercio de la ciudad.

La ley añade que no se pueden constituir nuevas sociedades unipersonales, y a las ya existentes se les da un plazo perentorio de seis meses para transformarse en sociedades anónimas simplificadas. Su estructura será establecida libremente por lo que decidan los accionistas en los estatutos, sin necesitar todos los órganos de administración: basta con que tenga al menos un representante legal, con la posibilidad que esta representación pueda estar a cargo de una persona natural o de una persona jurídica. Con respecto de la Junta Directiva, la ley determina que ‘puede’ ser creada a través de los estatutos, y en caso contrario las funciones de administración y representación legal corresponderán en su totalidad al representante legal. Ahora, con respecto a la elección de los miembros de la Junta, la ley menciona que se podrán elegir mediante cualquier sistema de votación, con lo que los accionistas podrán escoger el sistema que mejor les permita sentirse representados sin necesidad de estar atados al famoso cociente electoral. Existe un avance adicional al eliminar la obligatoriedad de nombrar suplencias.

Por otro lado, en numerosas ocasiones tanto grupos empresariales como

familiares tenían la obligación de tener una Junta Directiva en sociedades secundarias. Ellas tenían como único objeto desarrollar los lineamientos de una matriz, por lo que era innecesaria la tenencia de dicho órgano de administración. Ello causaba la obligación de realizar trámites y nombramientos sin ningún fundamento.

#### Responsabilidad y revisoría fiscal

En cuanto al grado de responsabilidad de los accionistas, la ley determina que ellos no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad y, para efectos tributarios, este aspecto se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas. Adicionalmente, la figura del revisor fiscal, el cual es de carácter obligatorio en las sociedades anónimas clásicas, va a desaparecer para este nuevo tipo de sociedades. Es claro entonces que, eventualmente, varias sociedades anónimas podrían transformarse y evitar la obligación de tener Revisor Fiscal. Dicha figura, que en ocasiones es totalmente necesaria, queda obligatoria cuando la ley lo exija expresamente.

#### Otros aspectos novedosos

En cuanto al aspecto accionario, se podrán establecer restricciones a la negociación de las acciones hasta por el término de diez años, siendo éste un período prorrogable. Este es un punto muy importante y que contribuye para la elaboración de los protocolos de familia y la perduración de la propiedad querida por los fundadores. Por otra parte, las Sociedades por Acciones Simplificadas no podrán inscribirse en el registro nacional de valores y emisores, ni negociarse en bolsa. Para ello es necesario transformarse en sociedad anónima clásica. Además, la Asamblea de Accionistas podrá realizarse fuera del domicilio principal, aunque no estén representados o presentes la totalidad de los accionistas, y siempre y cuando se respeten algunos requisitos legales de convocatoria. Los accionistas podrán renunciar a este derecho. En relación con la disolución por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del 50 por ciento del capital suscrito, se otorga un plazo de dieciocho meses para poder

enervar

dicha

causal.

Así mismo, se establece un sistema que puede ser más ágil para la resolución de conflictos, al asignar a la Superintendencia de Sociedades facultades jurisdiccionales para:

- a. Lograr la ejecución de las obligaciones pactadas en los acuerdos de accionistas,
- b. Resolver las diferencias entre accionistas, entre éstos y la sociedad o sus administradores en desarrollo del contrato social o acto unilateral,
- c. Impugnar las determinaciones de la asamblea o de la junta directiva,
- d. Realizar la declaratoria de nulidad de la Sociedad por Acciones Simplificada cuando ésta haya tenido origen en actos defraudatorios.

El hecho de que se otorgue tanta libertad contractual es una ventaja enorme para el desarrollo de los negocios y de una economía que evoluciona constantemente. Dicha libertad obliga a que los creadores de empresas y los accionistas verdaderamente se inmiscuyan en el montaje de la relación contractual de la sociedad, para que se haga acorde con sus necesidades y para que puedan saber sus consecuencias. Sólo esperamos que este tipo de sociedad contribuya realmente al desarrollo de nuestra economía y no se vaya a prestar para artificios jurídicos de elusión tributaria y/o laboral.

Plan de negocios para la creación de la empresa “A TU MEDIDA”  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

**13. GASTOS ADMINISTRATIVOS**

**13.1. Gastos Administrativos año 1.**

<b>PRESUPUESTO DE OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>													<b>AÑO 1</b>
ITEM	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTALES
ARRIENDOS INMUEBLES	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$6.000.000
NOMINA ADMINISTRACIÓN	\$2.030.067	\$2.030.067	\$2.030.067	\$2.030.067	\$2.030.067	\$2.030.067	\$2.030.067	\$2.030.067	\$2.030.067	\$2.030.067	\$2.030.067	\$2.030.067	\$24.360.806
HONORARIOS ADMINISTRATIVOS	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
SERVICIOS PÚBLICOS	\$125.000	\$125.000	\$125.000	\$125.000	\$125.000	\$125.000	\$125.000	\$125.000	\$125.000	\$125.000	\$125.000	\$125.000	\$1.500.000
COMUNICACIONES	\$250.000	\$250.000	\$250.000	\$250.000	\$250.000	\$250.000	\$250.000	\$250.000	\$250.000	\$250.000	\$250.000	\$250.000	\$3.000.000
SERVICIOS GENERALES CONJUNTOS	\$25.000	\$25.000	\$25.000	\$25.000	\$25.000	\$25.000	\$25.000	\$25.000	\$25.000	\$25.000	\$25.000	\$25.000	\$300.000
SUMINISTROS OFICINA	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
SEGUROS-ALARMAS-ETC	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$1.800.000
DEPRECIACIONES DE ACTIVOS	\$76.667	\$76.667	\$76.667	\$76.667	\$76.667	\$76.667	\$76.667	\$76.667	\$76.667	\$76.667	\$76.667	\$76.667	\$920.000
IMPUESTOS SOBRE VEHICULOS	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
IMPUESTOS INDUSTRIA Y COMERCIO	\$79.360	\$108.800	\$79.360	\$83.200	\$78.080	\$115.200	\$94.720	\$85.760	\$84.480	\$90.880	\$102.400	\$149.760	\$1.152.000
IMPUESTOS PREDIAL	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
AMORTIZACIONES DE DIFERIDOS	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 3.236.094</b>	<b>\$ 3.265.534</b>	<b>\$ 3.236.094</b>	<b>\$ 3.239.934</b>	<b>\$ 3.234.814</b>	<b>\$ 3.271.934</b>	<b>\$ 3.251.454</b>	<b>\$ 3.242.494</b>	<b>\$ 3.241.214</b>	<b>\$ 3.247.614</b>	<b>\$ 3.259.134</b>	<b>\$ 3.306.494</b>	<b>\$ 39.032.806</b>

Plan de negocios para la creación de la empresa “A TU MEDIDA”  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

**13.2. Gastos Administrativos año 2.**

ITEM	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTALES
ARRIENDOS INMUEBLES	\$515.000	\$515.000	\$515.000	\$515.000	\$515.000	\$515.000	\$515.000	\$515.000	\$515.000	\$515.000	\$515.000	\$515.000	\$6.180.000
NOMINA ADMINISTRACION	\$2.086.786	\$2.086.786	\$2.086.786	\$2.086.786	\$2.086.786	\$2.086.786	\$2.086.786	\$2.086.786	\$2.086.786	\$2.086.786	\$2.086.786	\$2.086.786	\$25.041.438
HONORARIOS ADMINISTRATIVOS	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
SERVICIOS PUBLICOS	\$128.750	\$128.750	\$128.750	\$128.750	\$128.750	\$128.750	\$128.750	\$128.750	\$128.750	\$128.750	\$128.750	\$128.750	\$1.545.000
COMUNICACIONES	\$257.500	\$257.500	\$257.500	\$257.500	\$257.500	\$257.500	\$257.500	\$257.500	\$257.500	\$257.500	\$257.500	\$257.500	\$3.090.000
SERVICIOS GENERALES CONJUNTOS	\$25.750	\$25.750	\$25.750	\$25.750	\$25.750	\$25.750	\$25.750	\$25.750	\$25.750	\$25.750	\$25.750	\$25.750	\$309.000
SUMINISTROS OFICINA	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
SEGUROS-ALARMAS-ETC	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$154.500	\$154.500	\$154.500	\$154.500	\$154.500	\$154.500	\$154.500	\$154.500	\$154.500	\$154.500	\$154.500	\$154.500	\$1.854.000
DEPRECIACIONES DE ACTIVOS	\$78.967	\$78.967	\$78.967	\$78.967	\$78.967	\$78.967	\$78.967	\$78.967	\$78.967	\$78.967	\$78.967	\$78.967	\$947.600
IMPUESTOS SOBRE VEHICULOS	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
IMPUESTOS INDUSTRIA Y COMERCIO	\$81.741	\$112.064	\$81.741	\$85.696	\$80.422	\$118.656	\$97.562	\$88.333	\$87.014	\$93.606	\$105.472	\$154.253	\$1.186.560
IMPUESTOS PREDIAL	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
AMORTIZACIONES DE DIFERIDOS	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 3.328.994</b>	<b>\$ 3.359.317</b>	<b>\$ 3.328.994</b>	<b>\$ 3.332.949</b>	<b>\$ 3.327.676</b>	<b>\$ 3.365.909</b>	<b>\$ 3.344.815</b>	<b>\$ 3.335.586</b>	<b>\$ 3.334.268</b>	<b>\$ 3.340.860</b>	<b>\$ 3.352.725</b>	<b>\$ 3.401.506</b>	<b>\$ 40.153.598</b>

Plan de negocios para la creación de la empresa “A TU MEDIDA”  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

**13.3. Gastos Administrativos año 3.**

ITEM	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTALES
ARRIENDOS INMUEBLES	\$531.480	\$531.480	\$531.480	\$531.480	\$531.480	\$531.480	\$531.480	\$531.480	\$531.480	\$531.480	\$531.480	\$531.480	\$6.377.760
NOMINA ADMINISTRACIÓN	\$2.154.485	\$2.154.485	\$2.154.485	\$2.154.485	\$2.154.485	\$2.154.485	\$2.154.485	\$2.154.485	\$2.154.485	\$2.154.485	\$2.154.485	\$2.154.485	\$25.853.816
HONORARIOS ADMINISTRATIVOS	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
SERVICIOS PUBLICOS	\$132.870	\$132.870	\$132.870	\$132.870	\$132.870	\$132.870	\$132.870	\$132.870	\$132.870	\$132.870	\$132.870	\$132.870	\$1.594.440
COMUNICACIONES	\$265.740	\$265.740	\$265.740	\$265.740	\$265.740	\$265.740	\$265.740	\$265.740	\$265.740	\$265.740	\$265.740	\$265.740	\$3.188.880
SERVICIOS GENERALES CONJUNTOS	\$26.574	\$26.574	\$26.574	\$26.574	\$26.574	\$26.574	\$26.574	\$26.574	\$26.574	\$26.574	\$26.574	\$26.574	\$318.888
SUMINISTROS OFICINA	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
SEGUROS-ALARMAS-ETC	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$159.444	\$159.444	\$159.444	\$159.444	\$159.444	\$159.444	\$159.444	\$159.444	\$159.444	\$159.444	\$159.444	\$159.444	\$1.913.328
DEPRECIACIONES DE ACTIVOS	\$81.494	\$81.494	\$81.494	\$81.494	\$81.494	\$81.494	\$81.494	\$81.494	\$81.494	\$81.494	\$81.494	\$81.494	\$977.923
IMPUESTOS SOBRE VEHICULOS	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
IMPUESTOS INDUSTRIA Y COMERCIO	\$84.357	\$115.650	\$84.357	\$88.438	\$82.996	\$122.453	\$100.684	\$91.159	\$89.799	\$96.602	\$108.847	\$159.189	\$1.224.530
IMPUESTOS PREDIAL	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
AMORTIZACIONES DE DIFERIDOS	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 3.436.443</b>	<b>\$ 3.467.736</b>	<b>\$ 3.436.443</b>	<b>\$ 3.440.525</b>	<b>\$ 3.435.082</b>	<b>\$ 3.474.539</b>	<b>\$ 3.452.770</b>	<b>\$ 3.443.246</b>	<b>\$ 3.441.885</b>	<b>\$ 3.448.688</b>	<b>\$ 3.460.933</b>	<b>\$ 3.511.275</b>	<b>\$ 41.449.565</b>

Plan de negocios para la creación de la empresa "A TU MEDIDA"  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

---

**14. GASTOS DE PESONAL**

**14.1. Gastos de personal año 1.**

NOMBRE		SALARIO BÁSICO	COMISIONES	SUBTOTAL	NUMERO DE	VALOR
DEL CARGO		MENSUAL	SOBRESUELDOS	REMUNERACIÓN	EMPLEADOS	NOMINA BASE
EMPLEADOS DIRECCIÓN	0,00%	\$ 1.300.000	\$ 0	\$ 1.300.000	1	\$ 1.300.000
EMPLEADOS ADMÓN.	0,00%	\$ 0	\$ 0	\$ 0	1	\$ 0
EMPLEADOS PRODUCCIÓN	0,00%	\$ 700.000	\$ 0	\$ 700.000	2	\$ 1.400.000
EMPLEADOS VENTAS	0,00%	\$ 0	\$ 0	\$ 0	1	\$ 0
					<b>TOTALES</b>	<b>\$ 2.700.000</b>

PRESTACIONES SOCIALES					SUBSIDIO DE	TOTAL
CESANTÍA	INT CESANTÍA	PRIMA	VACACIONES	SUBTOTAL	TRANSPORTE	NOMINA
\$ 108.290	\$ 1.191	\$ 108.290	\$ 54.210	\$ 271.981	\$ 0	\$ 1.571.981
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 67.800	\$ 67.800

Plan de negocios para la creación de la empresa "A TU MEDIDA"  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

\$ 116.620	\$ 1.283	\$ 116.620	\$ 58.380	\$ 292.903	\$ 135.600	\$ 1.828.503
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 67.800	\$ 67.800
<b>PARAFISCALES</b>	<b>PARAFISCALES</b>	<b>PARAFISCALES</b>	<b>PARAFISCALES</b>	<b>PARAFISCALES</b>	<b>PARAFISCALES</b>	<b>PARAFISCALES</b>
\$ 221.000	\$ 39.000	\$ 26.000	\$ 117.000	\$ 564.884	\$ 271.200	\$ 2.526.084
<b>CAJA</b>	<b>ICBF</b>	<b>SENA</b>	<b>PARAFISCALES</b>			<b>EMPLEADOS DIRECCIÓN</b>
\$ 52.000	\$ 39.000	\$ 26.000	\$ 117.000			\$ 1.962.267

SEGURIDAD SOCIAL			SUBTOTAL
EPS	FPP	ARP	SEGURIDAD
\$ 110.500	\$ 156.000	\$ 6.786	\$ 273.286
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
\$ 119.000	\$ 168.000	\$ 34.104	\$ 321.104
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
\$ 229.500	\$ 324.000	\$ 40.890	\$ 594.390

Plan de negocios para la creación de la empresa "A TU MEDIDA"  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0		EMPLEADOS ADMÓN.	\$ 67.800
\$ 56.000	\$ 42.000	\$ 28.000	\$ 126.000		EMPLEADOS PRODUCCIÓN	\$ 2.275.607
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0		EMPLEADOS VENTAS	\$ 67.800
\$ 108.000	\$ 81.000	\$ 54.000	\$ 243.000	-		
					<b>COSTOS MENSUALES DE NOMINA. - AÑO 1.</b>	<b>\$ 4.373.474</b>

**14.2. Gastos de personal año 2.**

NOMBRE		SALARIO BÁSICO	COMISIONES	SUBTOTAL	NUMERO DE	VALOR
DEL CARGO		MENSUAL	SOBRESUELDOS	REMUNERACIÓN	EMPLEADOS	NOMINA BASE
EMPLEADOS DIRECCIÓN	0,00%	\$ 1.339.000	\$ 0	\$ 1.339.000	1	\$ 1.339.000
EMPLEADOS ADMÓN.	0,00%	\$ 0	\$ 0	\$ 0	1	\$ 0
EMPLEADOS PRODUCCIÓN	0,00%	\$ 721.000	\$ 0	\$ 721.000	2	\$ 1.442.000
EMPLEADOS VENTAS	0,00%	\$ 0	\$ 0	\$ 0	1	\$ 0
					<b>TOTALES</b>	<b>\$ 2.781.000</b>

PRESTACIONES SOCIALES					SUBSIDIO DE	TOTAL
CESANTÍA	INT	PRIMA	VACACIONES	SUBTOTAL	TRANSPORTE	NOMINA

Plan de negocios para la creación de la empresa "A TU MEDIDA"  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

	<b>CESANTÍA</b>					
<b>\$ 111.539</b>	\$ 1.115	\$ 111.539	\$ 55.702	\$ 279.895	\$ 0	\$ 1.618.895
<b>\$ 0</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 70.851	\$ 70.851
<b>\$ 120.119</b>	\$ 1.201	\$ 120.119	\$ 59.987	\$ 301.426	\$ 141.702	\$ 1.885.128
<b>\$ 0</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 70.851	\$ 70.851
<b>\$ 231.657</b>	<b>\$ 2.317</b>	<b>\$ 231.657</b>	<b>\$ 115.690</b>	<b>\$ 581.321</b>	<b>\$ 283.404</b>	<b>\$ 3.645.725</b>

<b>SEGURIDAD SOCIAL</b>			<b>SUBTOTAL</b>
<b>EPS</b>	<b>FPP</b>	<b>ARP</b>	<b>SEGURIDAD</b>
<b>\$ 113.815</b>	\$ 155.726	\$ 6.990	\$ 276.530
<b>\$ 0</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>\$ 122.570</b>	\$ 167.705	\$ 35.127	\$ 325.402
<b>\$ 0</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>\$ 236.385</b>	<b>\$ 323.430</b>	<b>\$ 42.117</b>	<b>\$ 601.932</b>

<b>PARAFISCALES</b>			<b>SUBTOTAL</b>		
<b>CAJA</b>	<b>ICBF</b>	<b>SENA</b>	<b>PARAFISCALES</b>		
<b>\$ 53.560</b>	\$ 40.170	\$ 26.780	\$ 120.510		EMPLEADOS DIRECCIÓN \$ 2.015.935
<b>\$ 0</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0		EMPLEADOS ADMÓN. \$ 70.851
<b>\$ 57.680</b>	\$ 43.260	\$ 28.840	\$ 129.780		EMPLEADOS PRODUCCIÓN \$ 2.340.309
<b>\$ 0</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0		EMPLEADOS VENTAS \$ 70.851
<b>\$ 111.240</b>	<b>\$ 83.430</b>	<b>\$ 55.620</b>	<b>\$ 250.290</b>		

Plan de negocios para la creación de la empresa "A TU MEDIDA"  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

					<b>COSTOS MENSUALES DE NOMINA. - AÑO 2.</b>	\$ 4.497.947
--	--	--	--	--	---	--------------

**14.3. Gastos de personal año 3.**

NOMBRE		SALARIO BÁSICO	COMISIONES	SUBTOTAL	NUMERO DE	VALOR
DEL CARGO		MENSUAL	SOBRESUELDOS	REMUNERACIÓN	EMPLEADOS	NOMINA BASE
<b>EMPLEADOS DIRECCIÓN</b>	0,00%	\$ 1.381.848	\$ 0	\$ 1.381.848	1	\$ 1.381.848
<b>EMPLEADOS ADMÓN.</b>	0,00%	\$ 0	\$ 0	\$ 0	1	\$ 0
<b>EMPLEADOS PRODUCCIÓN</b>	0,00%	\$ 744.072	\$ 0	\$ 744.072	2	\$ 1.488.144
<b>EMPLEADOS VENTAS</b>	0,00%	\$ 0	\$ 0	\$ 0	1	\$ 0
					<b>TOTALES</b>	<b>\$ 2.869.992</b>

PRESTACIONES SOCIALES					SUBSIDIO DE	TOTAL
CESANTÍA	INT CESANTÍA	PRIMA	VACACIONES	SUBTOTAL	TRANSPORTE	NOMINA
\$ 115.108	\$ 1.151	\$ 115.108	\$ 57.485	\$ 288.852	\$ 0	\$ 1.670.700
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 74.039	\$ 74.039

Plan de negocios para la creación de la empresa "A TU MEDIDA"  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

\$ 123.962	\$ 1.240	\$ 123.962	\$ 61.907	\$ 311.071	\$ 148.079	\$ 1.947.294
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 74.039	\$ 74.039
\$ 239.070	\$ 2.391	\$ 239.070	\$ 119.392	\$ 599.923	\$ 296.157	\$ 3.766.072

SEGURIDAD SOCIAL			SUBTOTAL
EPS	FPP	ARP	SEGURIDAD
\$ 117.457	\$ 160.709	\$ 7.213	\$ 285.379
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
\$ 126.492	\$ 173.071	\$ 36.251	\$ 335.815
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
\$ 243.949	\$ 333.780	\$ 43.464	\$ 621.194

PARAFISCALES			SUBTOTAL		
CAJA	ICBF	SENA	PARAFISCALES		
\$ 55.274	\$ 41.455	\$ 27.637	\$ 124.366	EMPLEADOS DIRECCIÓN	\$ 2.080.445
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	EMPLEADOS ADMÓN.	\$ 74.039
\$ 59.526	\$ 44.644	\$ 29.763	\$ 133.933	EMPLEADOS PRODUCCIÓN	\$ 2.417.041
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	EMPLEADOS VENTAS	\$ 74.039
\$ 114.800	\$ 86.100	\$ 57.400	\$ 258.299		
				<b>COSTOS MENSUALES DE NOMINA.</b>	\$ 4.645.565
				<b>- AÑO 3.</b>	

**15. GASTOS DE PUESTA EN MARCHA**

<b><u>ACTIVOS FIJOS</u></b>			
<b>MAQUINARIA DE PRODUCCION</b>	<b><u>CANTIDAD</u></b>	<b><u>PRECIO UND</u></b>	<b><u>PRECIO TOTAL</u></b>
MAQUINAS Grupo 1	2	\$ 2.000.000	\$ 4.000.000
MAQUINAS Grupo 2	1	0	0
MAQUINAS Grupo 3	1	0	0
OTROS MENORES (anexo 2)			0
<b>Total Maquinaria</b>			<b>\$ 4.000.000</b>
<b>COMPUTO Y TELECOMUNICACIONES</b>			
COMPUTADORES	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
IMPRESORAS	1	0	0
TELECOMUNICACIONES	1	0	0
OTROS MENORES (anexo 2)			0
<b>Total Computo y Telecomunicación</b>			<b>\$ 2.000.000</b>
<b>VEHICULOS Y TRANSPORTES</b>			
AUTOMÓVIL	1	\$ 0	\$ 0
CAMIONETA	1	0	0
CAMIÓN	1	0	0

Plan de negocios para la creación de la empresa "A TU MEDIDA"  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

			0
OTROS MENORES (anexo 2)			
		<b>Total Equipo de Transporte</b>	\$ 0
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
MUEBLES Grupo 1	1	\$ 600.000	\$ 600.000
MUEBLES Grupo 2	1	0	0
MUEBLES Grupo 3	1	0	0
OTROS MENORES (anexo 2)			0
		<b>Total Muebles y Enseres</b>	\$ 600.000
<b>INMUEBLES DEPRECIABLES</b>			
BODEGA	1	\$ 0	\$ 0
LOCAL	1	0	0
OFICINA	1	0	0
OTROS MENORES (anexo 2)			0
		<b>Total Inmuebles</b>	\$ 0
		<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS DEPRECIABLES</b>	\$ 6.600.000

<b>MATERIAS PRIMAS, COSTOS, GASTOS E INSUMOS (Primer mes)</b>	<b>\$ 2.810.000</b>
<b>COSTO DE MANO DE OBRA (Primer mes)</b>	<b>\$ 4.373.474</b>
<b>Numero de Meses Preoperativos.</b>	<b>2,0</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO PARA INICIAR</b>	<b>\$ 15.178.201</b>
<b>TOTAL INVERSION REQUERIDA</b>	<b>\$ 28.961.675</b>

## 16. EVALUACION FINANCIERA

### 16.1. Proyecciones Financieras

#### 16.1.1 Supuestos Generales

	INDICADORES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>SUPUESTOS Y PROYECCIONES</b>		<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR</b>	<b>I.P.C</b>	3,00%	3,00%	2,70%	2,70%	2,70%

Plan de negocios para la creación de la empresa “A TU MEDIDA”  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

<b>ÍNDICE DE PRECIOS AL PRODUCTOR</b>	<b>I.P.P</b>	1,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%
<b>TASA REPRESENTATIVA Mda.Ext.</b>	<b>US.DOLAR</b>	1.900,00	2.030,00	2.050,00	2.120,00	2.150,00
<b>TASA.- DEPOSITO A TERMINO FIJO</b>	<b>D.T.F</b>	5,00%	4,5%	4,4%	4,3%	3,70%
<b>TASA DE INTERÉS CORRIENTE BANCARIA</b>	<b>Tasa Interbancaria. E.A</b>	5,25%	4,90%	4,80%	4,80%	4,80%
<b>TASA MÁXIMA DE INTERÉS BANCARIO</b>	<b>Tasa de Interés de Usura</b>	28,00%	28,00%	29,00%	31,00%	31,00%
<b>INTERÉS CDT Bco a 90 días.</b>	<b>Interés de los Ahorros en CDT del Bco.</b>	5,00%	5,00%	5,00%	4,00%	4,00%
<b>INFLACIÓN</b>	<b>Meta de Inflación</b>	2,00%	3,00%	3,20%	3,00%	3,00%
<b>DEVALUACIÓN</b>	<b>Devaluación</b>	1,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%
<b>PROYECCIÓN ANUAL DE VENTAS</b>	<b>Incremento de las Unidades a Vender</b>	0,00%	15,00%	30,00%	15,00%	10,00%
<b>PLAZO DE VENTAS A CRÉDITO (DÍAS)</b>	<b>Días de plazo en Ventas a Crédito</b>	30	30	30	30	30

Plan de negocios para la creación de la empresa “A TU MEDIDA”  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

<b>PORCENTAJE DE VENTAS A CRÉDITO</b>	<b>% de Ventas a Crédito</b>	20,00%	30,00%	30,00%	30,00%	30,00%
<b>DESCUENTOS EN VENTAS</b>	<b>Estrategias de Descuentos en Ventas</b>	20%	20%	10%	5%	5%
<b>TASA DE IMPUESTOS DE RENTA</b>	<b>Tasa Imporrenta</b>	33%	33%	33%	33%	33%
<b>IMPUESTO SOBRE LAS VENTAS</b>	<b>I.V.A. (del bien o Servicio)</b>	16%	16%	16%	16%	16%
<b>IMPUESTO DE IND. Y COMERCIO</b>	<b>I.C.A. (según actividad)</b>	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%
<b>INCREMENTO DEL SALARIO MINIMO</b>	<b>Incremento % smlmv</b>	5,00%	4,50%	4,50%	4,50%	4,50%
<b>SUBSIDIO DE TRANSPORTE MENSUAL</b>	<b>Valor del Subsidio de Transporte</b>	67.800	70.851	74.039	77.371	80.853
<b>SALARIO MINIMO MENSUAL</b>	<b>Valor del Salario Mínimo Mensual</b>	566.700	592.202	618.851	646.699	675.800
<b>RECURSOS PROPIOS</b>	<b>Recursos Colocados por los Emprendedores</b>	50%				
		+	ok			

Plan de negocios para la creación de la empresa “A TU MEDIDA”  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

<b>RECURSOS REQUERIDOS (Crédito Solicitado)</b>	<b>Recursos a Solicitar</b>	50%

**16.2. Balance General**

	<b>ACTIVO CORRIENTE</b>								
<b>CAJA Y BANCOS</b>		\$22.361.67 5				<b>PASIVO CORRIENTE</b>			
<b>CUENTAS POR COBRAR</b>		\$0				PRESTACIONES LABORALES POR PAGAR	\$0		
						APORTES PATRONALES POR PAGAR	\$0		
	<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>\$22.361.67 5</b>			CUENTAS POR PAGAR COMERCIALES	\$0		
						IMPORRENT A POR PAGAR	\$0		
<b>ACTIVO FIJO</b>						<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>		<b>\$0</b>	
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>		\$4.000.000							
<b>COMPUTO Y TELECOMUNICACIONES</b>		\$2.000.000							

Plan de negocios para la creación de la empresa "A TU MEDIDA"  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

<b>FLOTA Y TRANSPORTE</b>		\$0				<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>		
<b>INMUEBLES</b>		\$0			<b>OBLIGACIONES FINANCIERAS</b>	\$14.480.838		
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>		\$600.000			<b>CUENTAS DE SOCIOS</b>	\$0		
<b>TERRENOS</b>		\$0			<b>OTROS PASIVOS</b>	\$0		
<b>CULTIVOS PERMANENTES</b>		\$0			<b>PROVISIÓN DE IMPUESTO DE RENTA</b>	\$0		
<b>SEMOVIENTES PIE Y CRIA</b>		\$0			<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>\$14.480.838</b>		
<b>OTROS MENORES (anexo 2)</b>		\$0						
	<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>		<b>\$6.600.000</b>		<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$14.480.838</b>		
	<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>							
<b>ESTUDIOS Y DISEÑOS</b>		\$0						
<b>ADECUACIONES Y MONTAJES</b>		\$0			<b>PATRIMONIO</b>			
<b>LEGALES Y DE CONSTITUCIÓN</b>		\$0						
<b>LICENCIAS Y SOFTWARE</b>		\$0			<b>CAPITAL SOCIAL</b>	\$14.480.838		
<b>REGISTRO DE MARCAS</b>		\$0			<b>RESERVA LEGAL</b>	\$0		

Plan de negocios para la creación de la empresa "A TU MEDIDA"  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

<b>PERMISOS Y LICENCIAS</b>		\$0			<b>APORTES OTROS SOCIOS</b>		\$0		
<b>SEGUROS Y DIFERIDOS</b>		\$0			<b>OTRAS CUENTAS</b>		\$0		
<b>HERRAMIENTAS Y UTENSILIOS</b>		\$0			<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>		\$0		
<b>OTROS MENORES</b>		\$0				*			
					<b>TOTAL PATRIMONIO</b>				<b>\$14.480.838</b>
	<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>			<b>\$0</b>					
									\$0

**16.3. Estado de resultados año 1.**

Plan de negocios para la creación de la empresa "A TU MEDIDA"  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

		MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
<b>VENTAS DE CONTADO</b>	\$	7.936.000	10.880.000	7.936.000	8.320.000	7.808.000	11.520.000
<b>VENTAS A CRÉDITO</b>		1.984.000	2.720.000	1.984.000	2.080.000	1.952.000	2.880.000
<b>OTROS INGRESOS</b>							
<b>TOTAL VENTAS BRUTAS</b>	\$	\$ 9.920.000	\$ 13.600.000	\$ 9.920.000	\$ 10.400.000	\$ 9.760.000	\$ 14.400.000
<b>DESCUENTOS EN VENTAS</b>		1.984.000	2.720.000	1.984.000	2.080.000	1.952.000	2.880.000
<b>VENTAS NETAS</b>	\$	\$ 7.936.000	\$ 10.880.000	\$ 7.936.000	\$ 8.320.000	\$ 7.808.000	\$ 11.520.000
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	\$	3.987.607	4.275.607	3.987.607	3.955.607	3.891.607	4.435.607
<b>COSTO DE VENTAS.</b>		365.400	475.800	365.400	379.800	360.600	499.800
<b>MENOS COSTO DE VENTAS</b>	\$	(\$ 4.353.007)	(\$ 4.751.407)	(\$ 4.353.007)	(\$ 4.335.407)	(\$ 4.252.207)	(\$ 4.935.407)
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	\$	\$ 3.582.993	\$ 6.128.593	\$ 3.582.993	\$ 3.984.593	\$ 3.555.793	\$ 6.584.593
	<b>MES 7</b>	<b>MES 8</b>	<b>MES 9</b>	<b>MES 10</b>	<b>MES 11</b>	<b>MES 12</b>	<b>TOTALES</b>
<b>VENTAS DE CONTADO</b>	9.472.000	8.576.000	8.448.000	9.088.000	10.240.000	14.976.000	\$ 115.200.000
<b>VENTAS A CRÉDITO</b>	2.368.000	2.144.000	2.112.000	2.272.000	2.560.000	3.744.000	\$ 28.800.000

Plan de negocios para la creación de la empresa "A TU MEDIDA"  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

<b>OTROS INGRESOS</b>							<b>\$ 0</b>
<b>TOTAL VENTAS BRUTAS</b>	\$ 11.840.000	\$ 10.720.000	\$ 10.560.000	\$ 11.360.000	\$ 12.800.000	\$ 18.720.000	\$ 144.000.000
<b>DESCUENTOS EN VENTAS</b>	2.368.000	2.144.000	2.112.000	2.272.000	2.560.000	3.744.000	(\$ 28.800.000)
<b>VENTAS NETAS</b>	\$ 9.472.000	\$ 8.576.000	\$ 8.448.000	\$ 9.088.000	\$ 10.240.000	\$ 14.976.000	\$ 115.200.000
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	4.115.607	4.019.607	4.051.607	4.083.607	4.243.607	4.979.607	\$ 50.027.282
<b>COSTO DE VENTAS.</b>	423.000	389.400	384.600	408.600	451.800	629.400	\$ 5.133.600
<b>MENOS COSTO DE VENTAS</b>	(\$ 4.538.607)	(\$ 4.409.007)	(\$ 4.436.207)	(\$ 4.492.207)	(\$ 4.695.407)	(\$ 5.609.007)	(\$ 55.160.882)
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	\$ 4.933.393	\$ 4.166.993	\$ 4.011.793	\$ 4.595.793	\$ 5.544.593	\$ 9.366.993	\$ 60.039.118

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>MES 1</b>	<b>MES 2</b>	<b>MES 3</b>	<b>MES 4</b>	<b>MES 5</b>	<b>MES 6</b>
<b>NOMINA ADMINISTRATIVA</b>	\$	2.030.067	2.030.067	2.030.067	2.030.067	2.030.067	2.030.067
<b>ARRIENDOS INMUEBLES</b>		500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000
<b>HONORARIOS ADMINISTRATIVOS</b>		0	0	0	0	0	0
<b>SERVICIOS</b>		125.000	125.000	125.000	125.000	125.000	125.000

Plan de negocios para la creación de la empresa "A TU MEDIDA"  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

<b>PÚBLICOS</b>							
<b>COMUNICACIONES</b>		250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000
<b>SERVICIOS GENERALES CONJUNTOS</b>		25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000
<b>SUMINISTROS OFICINA</b>	\$	0	0	0	0	0	0
<b>SEGUROS- ALARMAS-ETC</b>		0	0	0	0	0	0
<b>OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000
<b>DEPRECIACIONES DE ACTIVOS</b>		76.667	76.667	76.667	76.667	76.667	76.667
<b>IMPUESTOS SOBRE VEHÍCULOS</b>		0	0	0	0	0	0
<b>IMPUESTOS INDUSTRIA Y COMERCIO</b>		79.360	108.800	79.360	83.200	78.080	115.200
<b>IMPUESTOS PREDIAL</b>		0	0	0	0	0	0
<b>AMORTIZACIONES DE DIFERIDOS</b>		0	0	0	0	0	0
<b>MENOS GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	\$	(\$ 3.236.094)	(\$ 3.265.534)	(\$ 3.236.094)	(\$ 3.239.934)	(\$ 3.234.814)	(\$ 3.271.934)
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	\$	\$ 346.899	\$ 2.863.059	\$ 346.899	\$ 744.659	\$ 320.979	\$ 3.312.659

Plan de negocios para la creación de la empresa "A TU MEDIDA"  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

<b>MAS INGRESOS NO OPERACIONALES</b>		\$	0				
<b>GASTOS BANCARIOS (4 por mil)</b>			67.379	42.690	40.979	40.923	43.451
<b>INTERESES FINANCIEROS (pagados)</b>			181.010	174.497	167.901	161.223	147.616
<b>MENOS EGRESOS NO OPERACIONALES</b>			0				
<b>MAS O MENOS NO OPERATIVOS</b>		\$	(\$ 248.389)	(\$ 217.186)	(\$ 208.880)	(\$ 202.147)	(\$ 191.068)
<b>UTILIDAD (PERDIDA) DEL MES</b>		\$	\$ 98.510	\$ 2.645.873	\$ 138.020	\$ 542.513	\$ 3.121.592
<b>MENOS IMPUESTO DE RENTA</b>		\$	32.508	873.138	45.546	179.029	1.030.125
<b>UTILIDAD NETA</b>		\$	\$ 66.002	\$ 1.772.735	\$ 92.473	\$ 363.483	\$ 2.091.466
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>MES 7</b>	<b>MES 8</b>	<b>MES 9</b>	<b>MES 10</b>	<b>MES 11</b>	<b>MES 12</b>	<b>TOTALES</b>
<b>NOMINA ADMINISTRATIVA</b>	2.030.067	2.030.067	2.030.067	2.030.067	2.030.067	2.030.067	\$ 24.360.806
<b>ARRIENDOS INMUEBLES</b>	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	\$ 6.000.000
<b>HONORARIOS ADMINISTRATIVOS</b>	0	0	0	0	0	0	\$ 0
<b>SERVICIOS PÚBLICOS</b>	125.000	125.000	125.000	125.000	125.000	125.000	\$ 1.500.000

Plan de negocios para la creación de la empresa "A TU MEDIDA"  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

<b>COMUNICACIONES</b>	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	<b>\$ 3.000.000</b>
<b>SERVICIOS GENERALES CONJUNTOS</b>	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	<b>\$ 300.000</b>
<b>SUMINISTROS OFICINA</b>	0	0	0	0	0	0	<b>\$ 0</b>
<b>SEGUROS-ALARMAS-ETC</b>	0	0	0	0	0	0	<b>\$ 0</b>
<b>OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	<b>\$ 1.800.000</b>
<b>DEPRECIACIONES DE ACTIVOS</b>	76.667	76.667	76.667	76.667	76.667	76.667	<b>\$ 920.000</b>
<b>IMPUESTOS SOBRE VEHÍCULOS</b>	0	0	0	0	0	0	<b>\$ 0</b>
<b>IMPUESTOS INDUSTRIA Y COMERCIO</b>	94.720	85.760	84.480	90.880	102.400	149.760	<b>\$ 1.152.000</b>
<b>IMPUESTOS PREDIAL</b>	0	0	0	0	0	0	<b>\$ 0</b>
<b>AMORTIZACIONES DE DIFERIDOS</b>	0	0	0	0	0	0	<b>\$ 0</b>
<b>MENOS GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>(\$ 3.251.454)</b>	<b>(\$ 3.242.494)</b>	<b>(\$ 3.241.214)</b>	<b>(\$ 3.247.614)</b>	<b>(\$ 3.259.134)</b>	<b>(\$ 3.306.494)</b>	<b>(\$ 39.032.806)</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 1.681.939</b>	<b>\$ 924.499</b>	<b>\$ 770.579</b>	<b>\$ 1.348.179</b>	<b>\$ 2.285.459</b>	<b>\$ 6.060.499</b>	<b>\$ 21.006.312</b>
<b>MAS INGRESOS NO OPERACIONALES</b>							<b>\$ 0</b>
<b>GASTOS BANCARIOS (4 por mil)</b>	41.782	41.228	41.332	41.581	42.440	46.284	<b>\$ 530.640</b>

Plan de negocios para la creación de la empresa "A TU MEDIDA"  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

<b>INTERESES FINANCIEROS (pagados)</b>	140.685	133.667	126.561	119.366	112.082	104.706	\$ <b>1.723.777</b>
<b>MENOS EGRESOS NO OPERACIONALES</b>							\$ 0
<b>MAS O MENOS NO OPERATIVOS</b>	(\$ 182.467)	(\$ 174.895)	(\$ 167.893)	(\$ 160.948)	(\$ 154.522)	(\$ 150.990)	(\$ <b>2.254.417</b> )
<b>UTILIDAD (PERDIDA) DEL MES</b>	\$ 1.499.472	\$ 749.604	\$ 602.687	\$ 1.187.232	\$ 2.130.937	\$ 5.909.509	\$ 18.751.895
<b>MENOS IMPUESTO DE RENTA</b>	<b>494.826</b>	<b>247.369</b>	<b>198.887</b>	<b>391.786</b>	<b>703.209</b>	<b>1.950.138</b>	(\$ <b>6.188.125</b> )
<b>UTILIDAD NETA</b>	\$ 1.004.646	\$ 502.235	\$ 403.800	\$ 795.445	\$ 1.427.728	\$ 3.959.371	\$ 12.563.770

#### 16.4. Flujo de Efectivo

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
--	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Plan de negocios para la creación de la empresa "A TU MEDIDA"  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

<b>SALDO INICIAL EN CAJA</b>	<b>\$14.480.83</b> 8	<b>\$19.668.22</b> 8	<b>\$22.009.07</b> 0	<b>\$21.246.66</b> 3	<b>\$20.958.87</b> 1	<b>\$20.145.35</b> 2
<b>ENTRADAS DE EFECTIVO</b>						
<b>VENTAS EN EFECTIVO</b>	\$7.618.560	\$10.444.80 0	\$7.618.560	\$7.987.200	\$7.495.680	\$11.059.20 0
<b>VENTAS A CREDITO</b>	\$0	\$2.611.200	\$1.904.640	\$1.996.800	\$1.873.920	\$2.764.800
<b>PRESTAMOS U OTRAS INVERSIONES</b>	\$14.480.83 8					
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$22.099.39</b> 8	<b>\$13.056.00</b> 0	<b>\$9.523.200</b>	<b>\$9.984.000</b>	<b>\$9.369.600</b>	<b>\$13.824.00</b> 0
<b>EGRESOS DE EFECTIVO</b>						
<b>PAGOS DE PRODUCCION</b>	\$3.987.607	\$4.275.607	\$3.987.607	\$3.955.607	\$3.891.607	\$4.435.607
<b>PAGOS DE VENTAS</b>	\$365.400	\$475.800	\$365.400	\$379.800	\$360.600	\$499.800
<b>PAGO NOMINA ADMINISTRACION</b>	\$2.030.067	\$2.030.067	\$2.030.067	\$2.030.067	\$2.030.067	\$2.030.067
<b>PAGOS GASTOS ADMINISTRACION</b>	\$3.159.427	\$3.188.867	\$3.159.427	\$3.163.267	\$3.158.147	\$3.195.267
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$9.542.501</b>	<b>\$9.970.341</b>	<b>\$9.542.501</b>	<b>\$9.528.741</b>	<b>\$9.440.421</b>	<b>\$10.160.74</b> 1
<b>EFECTIVO GENERADO EN LA OPERACIÓN</b>	<b>\$27.037.73</b> 4	<b>\$22.753.88</b> 7	<b>\$21.989.76</b> 9	<b>\$21.701.92</b> 2	<b>\$20.888.05</b> 0	<b>\$23.808.61</b> 1

Plan de negocios para la creación de la empresa "A TU MEDIDA"  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

<b>PAGO DE PRESTAMO - CAPITAL</b>	\$521.117	\$527.631	\$534.226	\$540.904	\$547.665	\$554.511
<b>INTERESES FINANCIEROS PAGADOS</b>	\$181.010	\$174.497	\$167.901	\$161.223	\$154.462	\$147.616
<b>GASTOS DE CONSTITUCION</b>	\$0					
<b>INVERSION INICIAL</b>	\$6.600.000					
<b>EGRESOS NO OPERATIVOS</b>	\$7.302.127	\$702.127	\$702.127	\$702.127	\$702.127	\$702.127
<b>GASTOS BANCARIOS (4 por mil)</b>	\$67.379	\$42.690	\$40.979	\$40.923	\$40.570	\$43.451
<b>SALDO DE CAJA DISPONIBLE</b>	<b>\$19.668.228</b>	<b>\$22.009.070</b>	<b>\$21.246.663</b>	<b>\$20.958.871</b>	<b>\$20.145.352</b>	<b>\$23.063.032</b>

	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTALES
<b>SALDO INICIAL EN CAJA</b>	<b>\$23.063.032</b>	<b>\$23.942.062</b>	<b>\$23.885.005</b>	<b>\$23.648.325</b>	<b>\$24.116.995</b>	<b>\$25.752.486</b>	<b>\$32.106.374</b>
<b>ENTRADAS DE EFECTIVO</b>							
<b>VENTAS EN EFECTIVO</b>	\$9.093.120	\$8.232.960	\$8.110.080	\$8.724.480	\$9.830.400	\$14.376.960	<b>\$110.592.000</b>
<b>VENTAS A CREDITO</b>	\$2.273.280	\$2.058.240	\$2.027.520	\$2.181.120	\$2.457.600	\$3.594.240	<b>\$25.743.360</b>
<b>PRESTAMOS U OTRAS INVERSIONES</b>							<b>\$14.480.838</b>

Plan de negocios para la creación de la empresa "A TU MEDIDA"  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$11.366.400</b>	<b>\$10.291.200</b>	<b>\$10.137.600</b>	<b>\$10.905.600</b>	<b>\$12.288.000</b>	<b>\$17.971.200</b>	<b>\$150.816.198</b>
<b>EGRESOS DE EFECTIVO</b>							
<b>PAGOS DE PRODUCCION</b>	\$4.115.607	\$4.019.607	\$4.051.607	\$4.083.607	\$4.243.607	\$4.979.607	<b>\$50.027.282</b>
<b>PAGOS DE VENTAS</b>	\$423.000	\$389.400	\$384.600	\$408.600	\$451.800	\$629.400	<b>\$5.133.600</b>
<b>PAGO NOMINA ADMINISTRACION</b>	\$2.030.067	\$2.030.067	\$2.030.067	\$2.030.067	\$2.030.067	\$2.030.067	<b>\$24.360.806</b>
<b>PAGOS GASTOS ADMINISTRACION</b>	\$3.174.787	\$3.165.827	\$3.164.547	\$3.170.947	\$3.182.467	\$3.229.827	<b>\$38.112.806</b>
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$9.743.461</b>	<b>\$9.604.901</b>	<b>\$9.630.821</b>	<b>\$9.693.221</b>	<b>\$9.907.941</b>	<b>\$10.868.901</b>	<b>\$117.634.494</b>
<b>EFFECTIVO GENERADO EN LA OPERACIÓN</b>	<b>\$24.685.971</b>	<b>\$24.628.360</b>	<b>\$24.391.784</b>	<b>\$24.860.704</b>	<b>\$26.497.054</b>	<b>\$32.854.785</b>	<b>\$65.288.077</b>
<b>PAGO DE PRESTAMO - CAPITAL</b>	\$561.442	\$568.461	\$575.566	\$582.761	\$590.045	\$597.421	<b>\$6.701.751</b>
<b>INTERESES FINANCIEROS PAGADOS</b>	\$140.685	\$133.667	\$126.561	\$119.366	\$112.082	\$104.706	<b>\$1.723.777</b>
<b>GASTOS DE CONSTITUCION</b>							<b>\$0</b>
<b>INVERSION INICIAL</b>							<b>\$6.600.000</b>
							<b>\$0</b>
<b>EGRESOS NO OPERATIVOS</b>	\$702.127	\$702.127	\$702.127	\$702.127	\$702.127	\$702.127	\$15.025.527

Plan de negocios para la creación de la empresa "A TU MEDIDA"  
 Informa final de grado (IFI)  
 Universidad EAN

---

<b>GASTOS BANCARIOS (4 por mil)</b>	\$41.782	\$41.228	\$41.332	\$41.581	\$42.440	\$46.284	<b>\$530.640</b>
<b>SALDO DE CAJA DISPONIBLE</b>	<b>\$23.942.06 2</b>	<b>\$23.885.00 5</b>	<b>\$23.648.32 5</b>	<b>\$24.116.99 5</b>	<b>\$25.752.48 6</b>	<b>\$32.106.37 4</b>	<b>\$49.731.909</b>

## 17. CONCLUSIONES FINANCIERAS

### 17.1. INDICADORES FINANCIEROS

RENTABILIDAD EN LA OPERACIÓN	18.23%
RENTABILIDAD SOBRE LA INVERSIÓN	60%
RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS	36.35%
ENDEUDAMIENTO SOBRE ACTIVOS	48.00%
ENDEUDAMIENTO SOBRE PATRIMONIO	72.15%
ENDEUDAMIENTO CORRIENTE (Pasivo cte / Activo cte)	37.87%

### 17.2. CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS FINANCIERO.

TOTAL INVERSION REQUERIDA	\$ 28,961,675
---------------------------	---------------

La inversión requerida para el funcionamiento y puesta en marcha del presente proyecto corresponde a \$28.961.675, desde el primer mes se obtendrán ingresos por valor de \$7.936.000 con tan solo el 20% del mercado objetivo, con unas ventas promedio de \$196.000 diarios, cubriendo los costos de producción y obteniendo una utilidad. La rentabilidad en la empresa será del 18.23%, porcentaje que se considera normal, tratándose del desarrollo de la operación de un negocio en su primer año. Teniendo en cuenta la inversión realizada en la empresa, la rentabilidad obtenida es del 60% lo cual indica que en el primer año se recuperó un poco más de la mitad de la inversión. Los activos generaran una rentabilidad del 36.35%, en cuanto al endeudamiento del activo, nos indica que el 48% de los activos están comprometidos con los acreedores, el endeudamiento corriente indica que la empresa se puede endeudar hasta en un 37.87% en el corto plazo, sin correr ningún riesgo.

## 18. BIBLIOGRAFIA

1. DAVID PARMERLEE. Como preparar un plan de negocios. American marketing association 2000.
2. MARK W. JOHNSTON, GREG W. MARSHALL. Administracion de ventas. Novena edición. Mc Graw Hill. 2009.
3. KOTLER FILIP, KELLER KEVIN LANE. Dirección de Marketing. Duodécima edición. Pearson. 2006.
4. Guia para hacer un plan de negocios. <http://www2.esmas.com/emprendedor/herramientas-y-apoyos/realiza-tu-plan-de-negocios/080192/plan-negocios-business-plan-arma-tu-plan-negocios-como-comenzar>
5. Periódico Portafolio. <http://www.portafolio.co/>
6. Revista Dinero. <http://www.dinero.com/home>
7. Empres Brildor para personalización de ropa. <http://www.brildor.com/>

## LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo Gelner Duran Duran.

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: 74.321.688

Nombre Completo \_\_\_\_\_

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

Nombre Completo \_\_\_\_\_

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

Nombre Completo \_\_\_\_\_

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

Informe Final de Investigación "A Tu Medida"

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI  NO   
(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).

Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizó (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

NOMBRE COMPLETO: <u>Geber Duran</u>	NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: <u><i>Geber Duran</i></u>	FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>94.321.688</u>	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: <u>Postgrados</u>	FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Carencia Mercado</u>	PROGRAMA ACADÉMICO: _____

NOMBRE COMPLETO: _____	NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: _____	FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: _____	FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: _____	PROGRAMA ACADÉMICO: _____

Fecha de firma: 8 de marzo de 2013.