

**PLAN DE EMPRESA
EN LA OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESAS**



Diseñamos tus días de sol!

AUTOR:

LINA MARIA CEBALLOS LEON

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS - DISTANCIA
CARTAGENA – BOLÍVAR**

TABLA DE CONTENIDO

PLAN DE EMPRESA

1. COMPONENTE ORGANIZACIONAL

- 1.1. Nombre de la empresa
- 1.2. Descripción de la empresa
- 1.3. Misión
- 1.4. Visión
- 1.5. Objetivos organizacionales
- 1.6. Objetivo general
- 1.7. Objetivos específicos
- 1.8. Valores
- 1.9. Estructura organizacional
- 1.10. Portafolio de Productos y servicios

2. COMPONENTE DE ESTUDIO DE MERCADOS Y COMERCIAL

- 2.1. Análisis del sector
- 2.2. Estudio de mercado
- 2.3. Análisis de la demanda
- 2.4. Análisis de la oferta
- 2.5. Determinación de la demanda actual y potencial
- 2.6. Análisis de la competencia
- 2.7. Perfil del consumidor
- 2.8. Estrategias Comerciales
 - 2.8.1. Estrategias de distribución
 - 2.8.2. Estrategias de precio
 - 2.8.3. Estrategia de Promoción
 - 2.8.4. Estrategia digital

3. COMPONENTE PRODUCTIVO Y TÉCNICO

- 3.1. Descripción del diseño y estado de desarrollo del producto
- 3.2. Ficha técnica del producto
- 3.3. Descripción del proceso productivo y sistema de producción
- 3.4. Diagrama de flujo
- 3.5. Equipo e infraestructura requerida (maquinaria y tecnología)
- 3.6. Plan de compras
- 3.7. Plan de implementación
- 3.8. Plan de producción
- 3.9. Logística y distribución
- 3.10. Aspectos ambientales y sociales del proyecto

4. COMPONENTE DE TALENTO HUMANO

- 4.1. Descripción del equipo emprendedor

5. COMPONENTE JURÍDICO – TRIBUTARIO

- 5.1. Determinación de la forma jurídica
- 5.2. Obligaciones tributarias

6. COMPONENTE FINANCIERO

- 6.1. Análisis de costos y gastos
- 6.2. Estados Financieros
- 6.3. Balance General
- 6.4. Estado de Resultados
- 6.5. Flujo de Caja
- 6.6. Análisis de inversión inicial y retorno sobre la inversión
- 6.7. Análisis de sensibilidad e índices financieros.
- 6.8. Fuentes de apoyo financiero

7. COMPONENTE DE IMPACTOS Y VALIDACIÓN

- 7.1. Impacto social
- 7.2. Impacto ambiental
- 7.3. Impacto económico
- 7.4. Validaciones
 - 7.4.1. Validación Técnica
 - 7.4.2. Validación Financiera
 - 7.4.3. Validación Comercial

8. CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFÍA

LISTA DE TABLAS

LISTA DE ILUSTRACIONES

LISTA DE GRÁFICOS

PLAN DE EMPRESA

1. COMPONENTE ORGANIZACIONAL

1.1. Nombre de la empresa

Estrella de Mar Swimwear S.A.S

1.2. Descripción de la empresa

La empresa de trajes de baño Estrella de Mar ingresara en el mercado como una de las marcas cartageneras de trajes de baño reconocidas por su originalidad, calidad, exclusividad y tecnología. Con telas con componentes hidratantes y con factor de protección UPF 30+.

Debido a que el bloqueador solar no basta para protegerse de los rayos ultravioletas, las telas utilizadas para la fabricación de los trajes de baño ayudan a contrarrestar la exposición solar gracias al filtro ultravioleta que se encuentran en las fibras de estas, así como también ayuda a reducir la aceleración del envejecimiento, quemaduras, e incluso cáncer de piel.

Además de lo anterior la empresa contara con una línea estándar de bajo precio en diseños básicos y línea haute Couture texturizados, con aplicaciones y personalización en los diseños.

Estrella de Mar proyecta ser la primera marca cartagenera y además lograr a través de sus líneas HC y standard darle la oportunidad de llevar prendas de baño de calidad a precios para al alcance de todos.

1.3. Misión

Somos una empresa dedicada a la confección y venta de trajes de baño, destacada por la personalización de sus productos para aquellos que buscan comodidad, calidad y cuidado de la piel, mezclando el uso de tecnología y artesanía en su elaboración. Reconocidos por su calidad y precios competitivos.

1.4. Visión

Ser una de las marcas reconocidas a nivel nacional e internacional por la exclusividad originalidad, tecnología de punta y su compromiso con el medio ambiente, expandiéndose a nivel comercial y logrando la satisfacción de cada uno de sus clientes

basado en un talento humano especializado y cumpliendo con los objetivos de la organización y el bienestar de sus empleados.

1.5. Objetivos organizacionales

Estrella de Mar pretende consolidarse cada vez más en el mercado cumpliendo con los siguientes objetivos a corto, largo y mediano plazo:

- Maximizar las ganancias mensuales
- Expandirse al mercado internacional
- Incrementar la participación en el mercado nacional
- Maximizar el valor de los accionistas
- Maximizar los ingresos por ventas
- Contribuir a la responsabilidad social empresarial mediante su política de contratación de madres cabezas de hogar.
- Mejoramiento de la tecnología de punta

1.6. Objetivo general

Estudiar la factibilidad de la creación de una empresa de trajes de baño llamada Estrella de Mar en la ciudad de Cartagena.

1.7. Objetivos específicos

- Verificar la posibilidad técnica de la venta de trajes de baño a través de la tienda Estrella de Mar.
- Analizar y determinar el tamaño, la localización y los diseños a vender
- Determinar los aspectos legales para la implementación del proyecto
- Analizar la disponibilidad y el costo de los trajes de baño que se fabricaran
- Identificar, definir y describir los modelos o diseños que tendrán los trajes de baño
- Identificar la aceptación del producto y estrategias de posicionamiento en el mercado
- Realizar un análisis de las fuerzas competitivas del negocio
- Calcular rendimiento y utilidad financiero del proyecto

1.8. Valores

Nuestra organización se enfoca en promover su **exclusividad** en estampados, telas, diseños y acabados en pedrería. Así como el compromiso y la **Pasión** de su equipo

de trabajo, reflejada en cada prenda con el reconocimiento de cada trabajador de la empresa por la labor realizada.

Estrella de Mar tiene una **cultura** de compromiso, enfoque y responsabilidad de sus empleados así como lo demuestra en la **Calidad** en insumos y materiales para la confección de cada pieza.

Sin olvidar el compromiso con la **ayuda social**, con una política empresarial de contratación de madres cabezas de hogar.

1.9. Estructura organizacional

El funcionamiento de la tienda de trajes de baño Estrella de Mar, se logra gracias a los diferentes departamentos que lo conforman y se describen a continuación:

Área administrativa

Gerente general y administrador: representante legal, autorizado mediante documento privado de constitución de la empresa con la facultad de responder de manera jurídica ante cualquier institución, ya sea pública o privada. Además se encarga de velar por el cuidado y funcionamiento de la tienda.

Área de diseño: crear cada producto de la tienda de baño con exclusividad. De la confección de los trajes de baño.

Contador: realiza los estados financieros de la empresa, revisa los ingresos y egresos del mismo entorno a su desarrollo y crecimiento económico.

Área de producción:

Se encarga de compra de materiales e insumos para la elaboración de los trajes de baño. Así como de la confección de los trajes de baño, etiquetado y empaque. Y verificar cada pieza confeccionada y pone a prueba para dar óptima calidad a las mismas.

Área de mantenimiento: mantiene los estados de las máquinas y elementos de producción en funcionamiento.

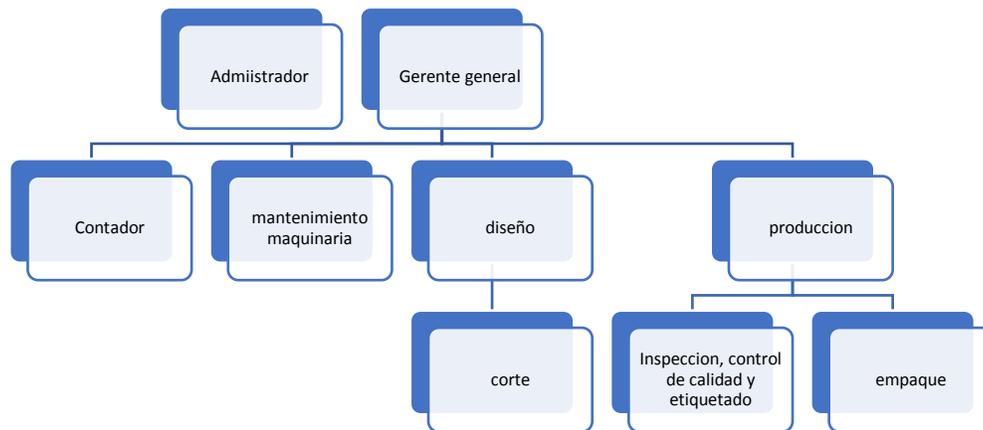


Figura 1. Organigrama Estrella de Mar

1.10. Portafolio de Productos y servicios

Estrella de Mar
By Aqua C.L.

DISEÑAMOS TUS DIAS DE SOL!

Síguenos en:
@@estrellademarswimwear
☎ 3008652535

Misión

Somos una empresa dedicada a la confección y venta de trajes de baño, destacada por la personalización de sus productos para aquellos que buscan comodidad, calidad y cuidado de la piel, mezclando el uso de tecnología y artesanía en su elaboración. Reconocidos por su calidad y precios competitivos.

Visión

Ser una de las marcas reconocidas a nivel nacional e internacional por la exclusividad originalidad, tecnología de punta y su compromiso con el medio ambiente, expandiéndose a nivel comercial y logrando la satisfacción de cada uno de sus clientes basado en un talento humano especializado y cumpliendo con los objetivos de la organización y el bienestar de sus empleados.

Nuestros productos

- Trajes de baños (swimsuit, bikinis, trikini)
- Trajes de baño niña
- Bermudas hombre
- Bermudas niño

Certificados

Telas con componentes de protección UPF 30+

Líneas

- Standart (low cost)
- Haute Couture (personalizada)

Sabías que...?

Todo el equipo de trabajo de estrella de mar son madres cabezas de hogar que encuentran en nuestra organización apoyo y bienestar económico para emprender un mejor futuro para ellas y sus hijos.

Figura 2. Brochure

2. COMPONENTE DE ESTUDIO DE MERCADOS Y COMERCIAL

2.1. Análisis del sector

Los productos que se crearan en la empresa de trajes de baño Estrella de Mar, según la clasificación Industrial Internacional Uniforme se da dentro del mercado de fabricación de trajes de baño con código D181010.

Grafico 1

Crecimiento anual en ventas del sector



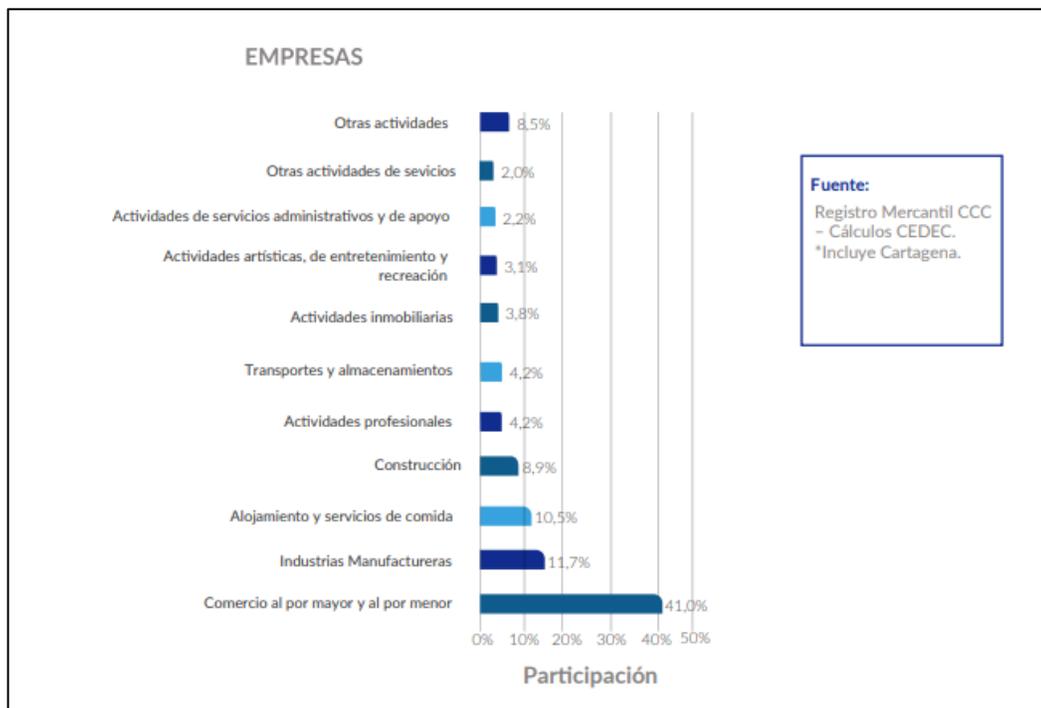
Nota: Tomado de reporte de supersociedades

Según el reporte de las super sociedades entre los años 2008 a 2013 tiene un promedio en ventas por encima del 100% y un margen de EBITDA del 10%. Como se puede ver en la tabla anterior a partir del año 2009 luego de un receso de la economía nacional, incremento sus ventas y hasta la fecha continua en crecimiento constante.

Por otro lado encontramos a partir de los datos arrojados por el DANE de la población de Cartagena de Indias, entre los 5 y 60 años y las cifras otorgadas por el ministerio de comercio industria y turismo donde se reflejan los ingresos de turistas a través de vuelos, nacionales, internacionales y pasajeros de cruceros, los cuales recorren la ciudad y dejan millonarios ingresos en la misma y en el cual el comercio al por mayor y por menor recibe el mayor porcentaje según lo demuestra la siguiente gráfica con un 41,0% total.

Grafico 2

Actividades económicas por número de empresas y activos, acumulado mayo 2019



Fuente: tomado de registro mercantil CCC, Cálculos CEDEC (2019)

Es importante mencionar que existe una gran variedad de productos sustitutos en el mercado, bien sea por empresas de bajo costo o outlets de marcas reconocidas a nivel nacional e internacional, sin embargo la tienda de trajes de baño Estrella de Mar utilizara estrategias de ventas y costos asequibles para todo público, además de valor agregado como accesorios y ropa de playa.

El valor agregado de la empresa como un lugar de compra para ir a la playa, piscina o de uso cotidiano, mediante su enfoque de mercado para todo público desde niños a adultos mayores, amplia la segmentación del mismo, atrayendo mayores clientes a la tienda.

De acuerdo a información suministrada por Proexport para el año 2011 gracias al reconocimiento en otros países Canadá abrió sus puertas sin cancelación de aranceles. Donde para el 2018 habría alcanzado ventas de \$2.000 millones. Por su parte las exportaciones para Estados Unidos superan los \$7.000 millones con un crecimiento casi del 200%.

Las oportunidades que tienen los vestidos de baño en Estados Unidos, especialmente para mujer, se reflejan en las exportaciones. Desde la entrada en vigencia del TLC, las ventas de estas prendas pasaron de US\$4,2 millones entre mayo de 2010 a diciembre de 2011, a US\$11,3 millones entre mayo de 2012 y diciembre de 2013, es decir, US\$7 millones más y un crecimiento del 168%.

Para María Claudia Lacouture, presidenta de Proexport Colombia, "la calidad de los materiales y los diseños son características que han permitido que las prendas no sean comercializadas solo en estados como La Florida o California, donde está concentrado casi el 60% de la industria de vestidos de baño, sino a otros como Colorado, Georgia y Washington".

Estados Unidos es un mercado que sigue ofreciendo oportunidades de negocio para estas prendas. Sus importaciones llegaron a US\$782 millones, según Trademap, Colombia ocupó la posición número 11 como proveedor, después de países como China, Indonesia, Vietnam y Sri Lanka.

"Hay oportunidades para seguir creciendo. Hemos identificado que los nichos son clave. El de maternidad, tallas grandes y la comunidad gay son algunos de ellos. Un ejemplo pueden ser los tops post-mastectomía en vestidos de baño", explica la Presidenta de Proexport Colombia.

Son diversas las ventajas para Colombia. Entre ellas se destaca el posicionamiento que ha ganado la industria nacional como un proveedor flexible que ofrece tiempos de entrega más rápidos y precios más competitivos, dado que ingresan sin el pago de aranceles si cumplen las normas de origen definidas en el tratado.

Vestidos de baño con estampados combinados, elaborados en materiales no convencionales como sedas y bordados a manos llaman la atención del cliente estadounidense, que se caracteriza por buscar prendas cómodas y conservadoras.

Sumado a lo anterior es importante mencionar que la industria textil gracias a su reconocimiento como fuente de ingresos y empleo. Los telares dejaron de ser los pesados y de gran longitud en hilos pasando a maquinaria con mayor velocidad, como mantenimiento mecánico y electrónico de bajo costo.

Reducción de consumo de energía, excelente tacto del tejido.
Las prendas ahora también son inteligentes logrando hacernos la vida más fácil. Con la creación de los tejidos inteligentes que incorporan materiales flexibles, que permiten, mejor adaptabilidad al cuerpo y que a su vez puedan aislar a las personas de condiciones meteorológicas adversas.

De acuerdo a un estudio generado por la feria TECHTEXTIL, ha sido tal la importancia de la tecnología en los textiles que para el año 2020 se pronostican ganancias por 175.0000 millones de dólares.

2.2. Estudio de mercado

A nivel mundial encontramos las siguientes tiendas:

•**Brazilian bikinishop:** bikinis, trajes de baño para mujer de talla europea, modelos clásicos y modernos. Tiendas en Costa Azul, Rio de Janeiro, Lisboa, y Porto.

•**Venca:** Marca de trajes de baño española con amplio abanico de de trajes de baño.

•**Laguna collective:** Marca hecha en México hecha por manos artesanas indígenas, maneja simplicidad en las siluetas con detalles en diferentes técnicas y los colores están basados en las puestas de sol de Tulum.

•**Malikah:** trajes de baños mexicanos con simetría sensual, enmarcan la silueta femenina con look de los 70. Tejidas a mano.

Otras tiendas de traje de baño se encuentran:

- Casa Jaguar
- Marika Vera
- MALA
- Poso de Perlas
- Dulce Armenta
- Duo de Mar

Todas estas empresas son extranjeras, ninguna cuenta con tienda física en la ciudad, y las compras deben realizarse por plataformas digitales. Impidiendo la posibilidad de medida justa y generando posible insatisfacción en el cliente, además de que se incurren en gastos de envíos altos, aumentando el valor del producto.

Actualmente existen muy pocas empresas dedicadas exclusivamente a la elaboración y comercialización de trajes de baño en la ciudad sin embargo existen otras tiendas a nivel nacional como son:

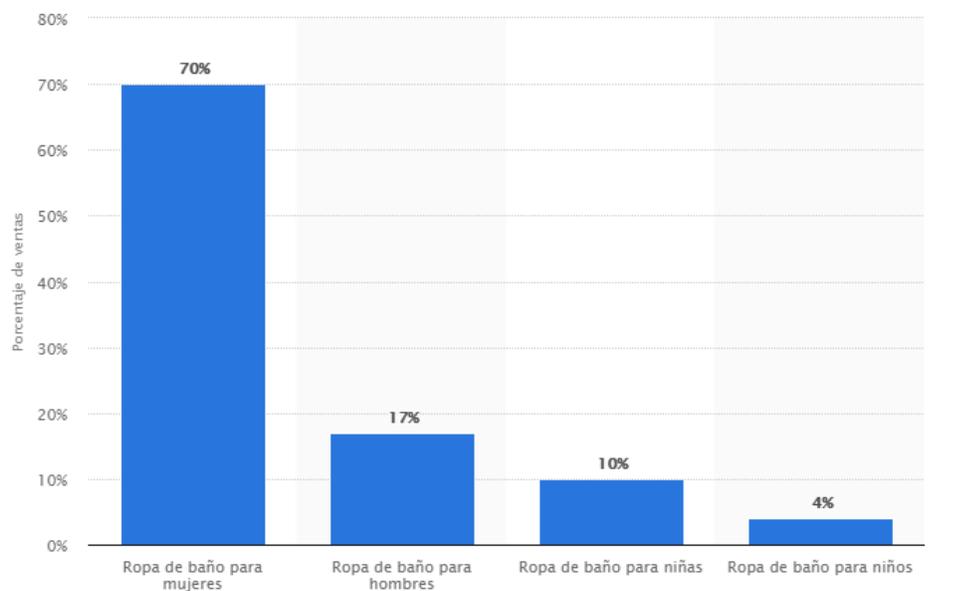
- AGUA BENDITA
- LINNAMAR
- MACEAS Y PUNTO
- ONDA DE MAR
- CALZEDONIA
- BRAZILIAN BIKINI

2.3. Análisis de la demanda

De acuerdo a la distribución porcentual en el mercado de los trajes de baño por consumidor a nivel mundial y en el cual se refleja que las mujeres ocupan casi la tercera parte.

Grafica 3

Demanda potencial



Fuente: Portal de estadísticas de España

Para el estudio de viabilidad de la empresa Estrella de Mar se realizó una encuesta a hombres y mujeres de la ciudad de Cartagena para determinar variables importantes de los productos como, tipo de traje de baño, colores, precio de compra, estampados, accesorios entre otros.

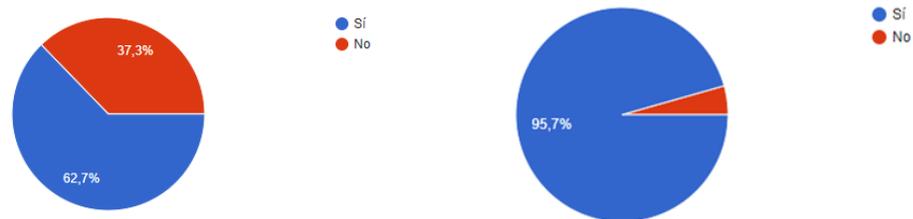
El tamaño de la muestra fue de 100 personas y se obtuvieron los siguientes resultados:

Al consultar a los hombres si tenían trajes de baño se busca determinar si este se encontraba dentro de sus gustos de compra y se obtuvo un resultado positivo del 62,7%.

Por otro lado las mujeres son el cliente mayoritario con un 95,7%.

Grafico 4

Encuesta de estudio ¿tiene usted trajes de baño?

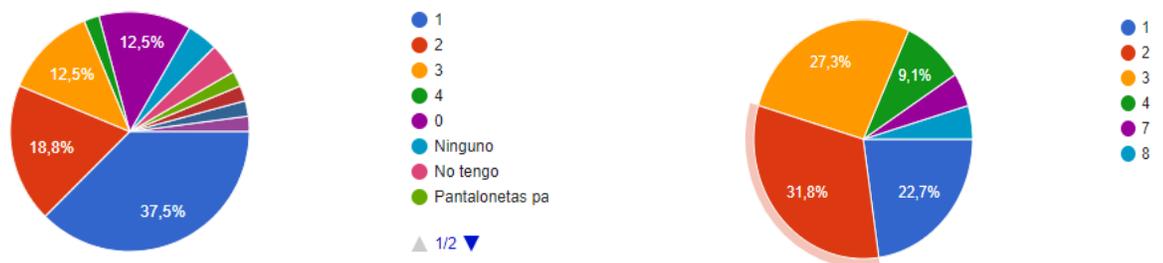


Fuente: Encuesta propia del autor.

El traje de baño pertenece a las prendas de vestir que usan las personas con un 37,5% por parte de los hombres tiene al menos uno y las mujeres con un 31,8% tiene dos.

Grafico 5

Encuesta de estudio ¿Cuántos trajes de baño tiene actualmente?



Fuente: Encuesta propia del autor.

De acuerdo a las respuestas obtenidas los encuestados tienen entre 2 y 4 trajes de baño en promedio.

Grafica 6

Encuesta de estudio ¿Cuánto dinero está dispuesto a pagar por un traje de baño?

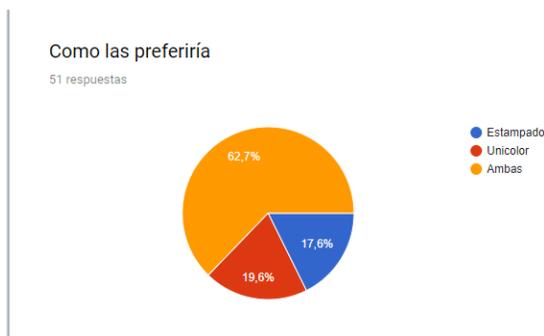


Fuente: Encuesta propia del autor.

En cuanto al precio que los clientes hombres y mujeres están dispuestos a pagar se encuentran entre 50.000 pesos y más con 32% y 52% respectivamente.

Grafico 7

Encuesta de estudio ¿Cuál de estos diseños prefiere?

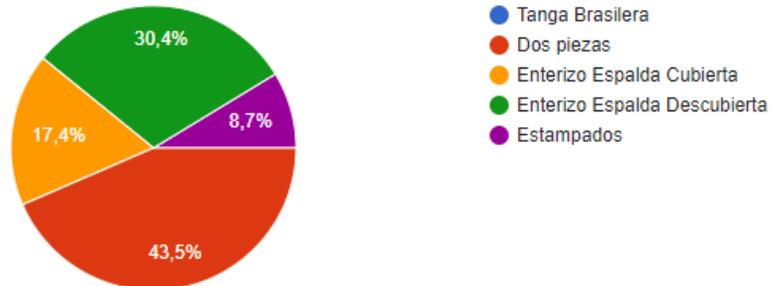


Fuente: Encuesta propia del autor.

En cuanto a los diseños lo hombres y mujeres con un 62,7% prefieren en estampado y unicolor.

Grafico 8

Encuesta de estudio ¿Cuál es su modelo favorito?

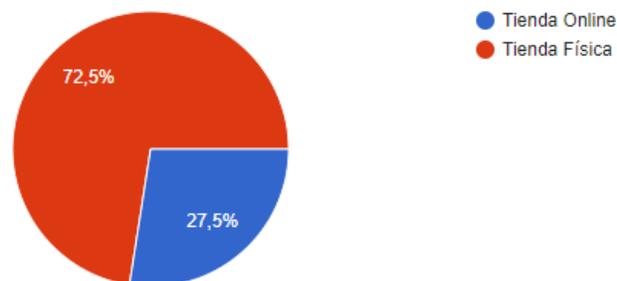


Fuente: Encuesta propia del autor.

Las mujeres prefieren como diseño de traje de baño el bikini y enterizo de espalda descubierta con 43, 5% y 30,4% respectivamente.

Grafico 9

Encuesta de estudio ¿Por qué medio preferiría comprarlo?

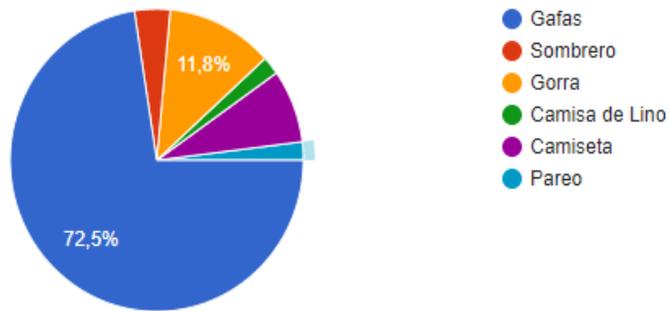


Fuente: Encuesta propia del autor.

En cuanto a la preferencia de medio de compra hombres y mujeres escogieron tienda física.

Grafico 10

Encuesta de estudio ¿Además del traje de baño, que accesorio adicional le gustaría comprar?



Fuente: Encuesta propia del autor.

Como complemento o accesorio adicional para lucir los trajes de baño hombres y mujeres escogieron las gafas de sol seguido de las mujeres con pareo tipo falda.

2.4. Análisis de la oferta

En el país actualmente los trajes de baños han tomado gran fuerza como lo hemos mencionado al principio de este estudio y ha abierto el comercio a los diseños colombianos en el exterior destacado sobre todo por su calidad y precio. El mercado colombiano en este sector ha sorprendido con un crecimiento en desarrollo y una de las tiendas que ha tomado fuerza es Maaji con alianza con Seafolly.

Las importaciones de trajes de baño también ocupan un gran porcentaje el mercado francés que cuenta con una larga trayectoria pero china cuenta con el 35% de esta producción de textiles y actualmente repuntan la gama deportiva y de bikini.

Las empresas con mayores ingresos económicos por ventas en los últimos años son Agua Bendita, y Onda de Mar quienes para el 2018 factura con un 40% de ventas en el exterior y 60% en Colombia con un crecimiento en producción de 500.000 unidades.

A continuación las tiendas más populares de la ciudad:

Tabla 1

Tiendas de traje de baño reconocidas de la ciudad

TIENDAS DE TRAJE DE BAÑO CTG
LOLA CORAL BEACH
LILI PINK
PINK STORE
LEONISA
TORIA DESIGN
CHARO HERRERA
PATRICIA SWIMWEAR
MAAJI
SUNNY LAND
TOUCHE
TANIA
ENTRE AGUAS

Fuente: propia del autor

En general los precios oscilan entre 80.000 hasta 200.000 COP.

Las fortalezas de estrella de Mar se encuentran en su componente innovador apostándole a la tecnología y de esta forma poco a poco incursionar en el mercado internacional abierto a un segmento de mercado amplio y asequible en relación costo- calidad de sus productos

Como estrategias para enfrentar las amenazas y debilidades mencionadas en la tabla 4, se habilitara un espacio de exhibición en la fábrica, donde las personas puedan dirigirse a comprar y probar los distintos diseños a su gusto, y de esta forma personalizar aún más su experiencia.

Tabla 2
 Matriz DOFA Estrella de Mar

DOFA	POSITIVO	NEGATIVO
ORIGEN INTERNO	<p>Fortalezas: contar con telas de protección solar nos muestra como empresa altamente competitiva para ingresar al mercado exterior</p> <p>La variedad de estilo y diseños personalizados de acuerdo a gusto y características físicas atraerá a clientes de todas las tallas y edades abriendo nuestro mercado y reconociendo los gustos de cada cliente</p>	<p>Debilidades: Tenemos una competencia con mayor experiencia en el mercado y pueda que esto genere incertidumbre en nuestros clientes</p>
ORIGEN EXTERNO	<p>Oportunidades: Utilizaremos la historia y temática cartagenera para dar ese toque único y ser la primera empresa cartagenera de trajes de baño reconocida a nivel nacional e internacional</p>	<p>Amenazas: Es posible que se requiera de una tienda física para aquellas personas que prefieren medirse el producto antes de comprarlo.</p>

Fuente: propia del autor

2.5. Determinación de la demanda actual y potencial

Es importante resaltar que el mercado de los trajes de baño va en aumento sobre todo los del mercado colombiano, actualmente según las estadísticas el crecimiento e impacto en el mercado exterior de este tipo va en aumento un crecimiento hasta de 500 millones de dólares y con la mira de millonarios inversionistas extranjeros quienes ven en el producto colombiano una fuente de crecimiento, llegando a más de 54 países en el exterior como USA, Singapur y Australia entre las más importantes.

Según cifras de Euromonitor, solo en el año 2016 movilizó US\$19.665 millones, con un crecimiento de 22,8% entre 2011 y 2016, y con una meta para 2021 de alcanzar US\$21.808 millones.

Los productos colombianos por ejemplo de las líneas de trajes de baño de Onda de Mar y Agua Bendita han cobrado tanta fuerza que ya llegan a Dubái y Hawái.

Por otra parte es importante mencionar que la demanda actual en potencia pertenece al segmento de mercado femenino.

Ahora bien de estas empresas ninguna ha sido de Cartagena conocido como un destino turístico destacado y que cuenta con playas, islas y gran número de visitas de turistas mes a mes, es una ciudad con suficientes características y mercado para lograr emprender en la industria textil, creando empleo y aportes económicos a la ciudad.

2.6. Análisis de la competencia

Las tiendas de trajes de baño Onda de Mar y Agua bendita encabezan la lista del mercado de ventas de trajes de baño colombiano, sin embargo es importante mencionar que existe una competencia ardua además de estas dos mencionadas a continuación se mencionan algunas tiendas de baño más recientes que han salido al mercado en la ciudad de Cartagena.

Tabla 3

Tiendas de traje de baño en la ciudad de Cartagena

AGUA BENDITA	ONDA DE MAR
WABI SWIMWEAR	CHARO HERRERA
TORIA DESIGN	KELINDA

LOLA CORAL BEACH	AQUAROMA
GAROTAS	PATRICIA RAMIREZ

Fuente: propia del autor

En la tabla anterior se encuentran relacionadas las empresas competidoras en venta trajes de baño en la ciudad de Cartagena como son Lola Coral Beach, con dos sedes una ubicada en el centro comercial Getsemaní y otra en el sector de la castellana, Aquaroma y Garotas ubicadas en el sector de Bocagrande, Patricia Ramírez en centro histórico y Bocagrande al igual que las tiendas Wabi, Tora Design, Charo Herrera y Kelinda.

Todas estas son tiendas de trajes de baño con una variada oferta en diseños, colores, tallas y precios, en su mayoría son productos de importación provenientes de china. Pero cuentan con baja calidad en duración de color y telas.

Los trajes en general son bastantes similares pues la mayoría de estas tiendas no son fabricantes por lo que no existe mayor diferenciación en sus productos.

Como medidas ante la amenaza de los nuevos competidores las empresas O.M y A.B han puesto en marcha estrategias de promoción o SALE, descuentos en prendas seleccionadas hasta del 50%. Y también tiendas Outlet con líneas de anteriores temporadas. Todo esto para enfrentar los precios económicos del mercado.

Dentro de los productos sustitutos relevante encontramos que una de las grandes empresas de trajes de baño es Onda de Mar, una empresa de trajes de baño colombiana, fundada en el año 2000 y se denomina a sí misma como una tienda de trajes de baño de lujo y sofisticación.

Por otro lado encontramos a Agua bendita, una tienda de trajes de baño fundada en 2003 a través del emprendimiento de dos universitarias antioqueñas, quienes denominan su línea de trajes de baño como el poder de esfuerzo, creatividad y con la cual han logrado ir incursionando en este mercado.

Las dos empresas presentan precios desde 200.000 hasta 300.000 pesos, teniendo en cuenta las características y exclusividad de sus diseños y calidad de los mismos.

A continuación se describen las características o estrategias competitivas de dos grandes líneas de trajes de baño como son Onda de Mar y Agua Bendita.

Tabla 4

Comparación productos sustitutos

EMPRESA	CARACTERISTICA DEL CLIENTE	PRECIO	ATENCIÓN AL CLIENTE	DISEÑO DEL PRODUCTO	GANANCIAS ANUALES/CTG
AGUA BENDITA	Hombre, mujeres y niños, tallas de la XS a XL y para niños desde las talla 4 hasta la talla 12.	los precios oscilan entre 100.000 y 300.000 COP.	Cuenta con pagina de instagram, facebook y pagina web, en la cual ofrece servicio de atención en línea y chat, además de un espacio donde se dictan los distintos tipos de baño según cuerpo de la mujer	Son productos hechos con apliques manuales por mujeres colombianas, con estampados llamativos juveniles y caribeños.	175.000USD
ONDA DE MAR	Hombres, mujeres y niños, tallas de la XS a L. niños de 4 a 12. Línea BEBE	Los precios oscilan entre 250.000 y 330.000 COP	Cuenta con redes sociales y atención en línea por la página web. Diseño del producto: Son diseños exclusivos y con característica de lujo	Diseño sofisticado y lujoso.	130.000 USD

Fuente: propia del autor

2.7. Perfil del consumidor

EL mercado objetivo del proyecto corresponde a mujeres, niños y hombres de todas las edades y de todo el país. Es un segmento de mercado amplio y abierto a todo público para el cual se ofrecen distintas alternativas de trajes, tallas, colores y diseños, además de su enfoque personalizado para enfatizar en el gusto exclusivo de cada cliente. Dentro de las ventajas frente a la competencia se encuentra su bajo precio referente a costo-calidad del producto y como desventaja se encuentra el reconocimiento por ser una marca joven

2.8. Estrategias Comerciales

El mercado de los trajes de baño al hacer parte de la moda ha incrementado su participación y es una de las cosas que más compran las personas no solo en tiendas

físicas sino la gran demanda que se encuentra actualmente a través del e commerce por redes sociales como instagram y facebook.

De acuerdo a este estudio se denotan las siguientes características importantes a tener en cuenta para incursionar en las exportaciones:

- Tallas plus como la XXL y la XXXL.
- copas en tallas de la A a la G. En lo posible la forma debe de ser profunda para que se ajuste más al cuerpo de la mujer.
- La materia prima con telas sean elásticas transversal y longitudinalmente.
- las telas firmes y suaves, con diseños y colores duraderos. estilos lisos y sin costuras.
- pantis de corte ancho.
- Selección de los tonos pasteles, el negro y el blanco y para las jóvenes predomina los colores neón y llamativos.
- Venta de conjuntos por separado. con la posibilidad de combinar tallas y diseños.
- mezcla de tallas.
- Los estilos que más se venden son los tankinis, los bikinis y los de una sola pieza. Los monokinis y los de un solo hombro no son muy apetecidos por el público canadiense.
- En Canadá las tallas grandes son las más usadas. Aunque es importante tener en cuenta que personas asiáticas han llegado a vivir a este país y por lo general buscan tallas XS y S por su contextura delgada.
- Los brasieres de triángulo y los estroples son los más populares dentro de los bikinis. En lo posible los estroples deben venir con opción de tiras. Hay preferencia por copas que den forma y soporte.
- Las consumidoras prefieren cortes altos e intermedios en el panty de tal forma que les proporcionen más cobertura. Los cacheteros son una opción común para las canadienses.
- Los vestidos de baño deportivos se presentan como un potencial para el mercado canadiense, pues las personas de este país practican deportes de manera acuática. En el 2014 en uno de los gimnasios más reconocidos de Toronto 1.400 niños aprendieron a nadar.
- Los canadienses buscan vestidos de baño que se pueden utilizar para los propósitos moda y deporte.

- Es importante que los trajes de baño de competencia sean funcionales y que estén disponibles en tallas de adultos y de niños.
- Es necesario ofrecer precios competitivos al mercado..
- Las etiquetas pueden tener variedad de formas, ser tejidas o impresas. Deben indicar el país de origen y datos de la empresa que produce el producto.
- El producto debe venir con dos etiquetas una en inglés y otra en francés.
- Es recomendable que las etiquetas incluyan las instrucciones para el cuidado de la prenda.
- En algunos casos los clientes exigirán etiquetas personalizadas y privadas.
- Ofrecer precios reales y competitivos. Incluya descuentos por rango de producción.
- Cumplir con los plazos establecidos de entrega. En caso de no poder hacerlo, informe oportunamente.
- Contar con catálogos de la colección por temporada, mostrando estilos y precios en dólares canadienses.

Por lo tanto la empresa debe estar actualizada en tecnología e implementar estrategias de publicidad con personajes reconocidos como modelos que puedan llamar la atención e ir creando imagen en el mundo virtual y posteriormente en tiendas físicas.

El presupuesto para esto está incluido dentro del presupuesto de producción.

2.8.1.1. Estrategias de distribución

Los canales de distribución utilizados para la entrega del producto serán mediante servicio a domicilio y tienda física en zonas de alta movilidad de turistas y cercanía a las playas de la ciudad de Cartagena.

Así como también el uso de Trunk Shop MOBILE, llevando los productos hasta el cliente, para que este pueda observarlos, medirlos y efectivamente comprarlos, realizando un avance de compra del 50% de los productos.

Es importante para el empresario colombiano asistir a ferias internacionales que tengan repercusión en Canadá como Magic Market Week en Las Vegas y el Couture Fashion Week de New York, Paris, Milán, Florencia y Londres.

Las ferias de moda en Canadá son Toronto Fashion Week, Montreal Fashion Week,

Vancouver Fashion Week, Toronto Mode Accessories Show, The Apparel Trends Show, Ultimate Women's Show, The National Women's Show y Festival Mode & Design.

Se utilizaran canales directos e indirectos para la distribución del producto mediante las tiendas físicas propias y aliados de la empresa así como tiendas virtuales como canal de acceso y cargando costo de envío a los clientes, canales indirectos mediante empresas de envío terrestre y aéreo,

Como estrategia de ventas, se realizara Show room, para que el cliente pueda ver en vivo los diferentes diseños y calidad de las telas, así como conocer su proceso de fabricación y ajustes de medidas si lo requiere el caso.

2.8.1.2. Estrategias de precio

Uno de los principales atractivos de los trajes de baño de la empresa en su competitividad en precio, se utilizara todos los medios de pago, incluyendo plan separe para los clientes con un nivel de compra módico.

Los precios de los trajes de baño están dados de acuerdo a el tipo de traje (bikini, swimsuit, pantaloneta hombre y pantaloneta de niño) sin embargo de acuerdo a las encuestas aplicadas oscilarían entre 70.000 y 100.000 pesos.

A continuación se detalla cuadro comparativo y cuantitativo según el diseño y modelo.

EMPRES A	BIKINI	MONOKINI	HOMBRE	NIÑO	NIÑA	BEBE
AGUA BENDITA						N/A
PRECIO	\$220.000	\$250.000	\$220.000	\$160.000	\$160.000	
ONDA DE MAR						
PRECIO	\$289.800	\$ 259.900	\$199.900	\$99.900	\$139.900	\$109.900

Figura 3. Comparación de precios tiendas de traje de baño

Estrella de Mar, cuenta con una oferta extra al mercado frente al cuidado de la piel, medio ambiente y seleccionar entre sus líneas estándar y de alta costura lo cual otorga mayor disponibilidad o asequibilidad a los futuros clientes.

De acuerdo al presupuesto de producción los precios de los trajes de baño oscilan entre 70.000mil y 100.000 mil pesos.

A continuación se detalla presupuesto de ventas para los próximos cinco años:

Tabla 5

Presupuesto de ventas Estrella de Mar

PRESUPUESTO DE VENTAS	2020	2021	2022	2023
Unidades x año		3.600	4.500	5.625
Precio Unitario		70.000	72.660	75.421
Ventas	\$	252.000.000	326.970.000	424.243.575
Proyectadas	-			

Fuente: estudio financiero del autor

En Esta tabla se incluye el valor estándar solo de los trajes de baño de la línea básica.

Como podemos observar los precios de Estrella de mar se encuentran muy por debajo por lo cual permite mayor capacidad de compra.

Los costos de envío están incluidos en el precio del producto y toda la coordinación la realiza la empresa. Facilitándole a los clientes con procesos de compra ágiles y sencillos.

2.8.1.3. Estrategia de Promoción

Los clientes contarán con variedad de descuentos y promociones mediante e-commerce de las redes sociales.

- con la participación de GIVEAWAY con empresas aliadas lo cual hará reconocer la marca no solo en la ciudad de Cartagena. Así como descuentos por comprar superiores a 300.000 pesos en fechas establecidas de lanzamiento de colección.
- fidelización de clientes, contaremos con puntos virtuales por cada compra realizada y con la cual pueden utilizarlos como forma de pago en referencia seleccionadas.

Invitación a showroom y conocimiento del proceso de fabricación dentro de una lista de clientes preferencial, así como de estudiantes de diseño y moda.

Se utilizarán los medios de comunicación como:

- Periódicos: con notas importantes de lanzamiento de colección, invitación a showroom de colecciones.
- Utilización de vallas publicitarias digitales en puntos estratégicos de la ciudad.
- Radio: propaganda con dirección de tienda física para atracción de nuevos clientes.
- Stand publicitario: usar flyers y otros impresos en papel reciclable para repartir cerca de la zona de la tienda y en centros comerciales y playas.

Tabla 6

Presupuesto de publicidad comunicación

Tiempo	Estrategia de comunicación	Valor	Total año
Mensual	El universal	30000	360000
Semestral	Valla publicitaria	3360000	672000
Semestral	Volantes papel periódico	40000	80000
mensual	Cuña radial 15 seg alta sintonía	81000	972000
	total		2084000

Fuente: propia del autor

2.8.1.4. Estrategia digital

- INSTAGRAM: creación de página y promoción de publicaciones, para alcance de nuevos clientes.
- FACEBOOK creación de página y de muestras publicitarias como propaganda.
- WHATSSAPP se utilizara como enlace de contacto y visualización de catálogo Virtual.
- PAGINAWEB creación de página web con acceso de, información de contacto, pago PSE, tarjeta de crédito, entre otros.

- Canal de YouTube, utilizado para promoción y transmisión de showroom de las diferentes colecciones de temporada.

Tabla 7

Presupuesto de publicidad digital

Tiempo	Estrategia de comunicación	Valor	Total año
Mensual	Facebook anuncio	100000	1200000
Mensual	Instagram anuncio	30000	360000
mensual	Youtube anuncio publicitario	30000	360000
total			1920000

Fuente: propia del autor

3. COMPONENTE PRODUCTIVO Y TÉCNICO

3.1. Descripción del diseño y estado de desarrollo del producto

Los trajes de baño son prendas confeccionadas por colección y personalizadas según gusto y especificaciones de clientes que así lo desean, utilizando el método de sublimación. Los trajes de baño de estrella de mar pueden ser utilizados en agua salada, piscina, y balnearios en general, además de acuerdo al diseño pueden utilizarse también como prenda exterior para cualquier ocasión.

Las telas utilizadas para la confección del producto son lycra con filtro UV e hidratante, incolora y en su mayoría de doble uso con doble color, teniendo dos productos en uno.

Se cuenta con trajes de baño para mujer como bikini, trikini y swim suit, así como pantalonetas para hombres y niños de todas las edades.

A continuación se describen las tallas sobre medidas a nivel nacional e internacional utilizadas para la fabricación de los trajes de baño:

Estrella de Mar

GUIA DE TALLAS

CONTORNO DE BUSTO <small>EN CM</small>	82/86	86/90	90/94	94/98	98/102	102/106
CONTORNO DE TALLA <small>EN CM</small>	62/66	66/70	70/74	74/78	78/82	82/86
CONTORNO DE CADERAS <small>EN CM</small>	88/92	92/96	96/100	100/104	104/108	108/112
TALLA UNIVERSAL	36	38	40	42	44	46
	1	2	3	4	5	6
	S	M	L	XL	XXL	XXXL



Figura 4. Guía de tallaje mujer

Las tallas para mujer se miden de acuerdo a el contorno del busto, talla y cadera, clasificándola dentro de las medidas de talla universal como son S,M,L, XL,XXL y XXXL o numéricas 36,38,40,42,44 y 46.

Las tallas para las niñas conforme lo explica en detalle la gráfica están distribuidas según el contorno del pecho, cadera, largo del centro, altura y edad. Estas tallas comprenden: 4, 5, 6, 7, 8, 10,12 y 14.

Estrella de Mar

GUÍA DE TALLAS NIÑAS

TALLA	CONTORNO DE PECHO		CONTORNO DE CADERA		LARGO CENTRO	ALTURA	EDAD**
	BAÑADOR	NIÑA*	BAÑADOR	NIÑA*	BAÑADOR	NIÑA CM*	RECOMENDADA
14	69	80	71	84	50	164	13 - 14
12	65	72	66	77	46	152	11 - 12
10	60	64	61	69	42,5	140	9 - 10
8	55	58	57	63	39	128	8
7	52	55	53,5	60	37,5	122	7
6	50	52	50	57	36	116	6
5	48	49	47	54	34,5	110	5
4	44,5	47	45	51	33	104	4
S (1-3)			44	42-51			2 - 4
M (4-7)			48	51-60			5 - 7

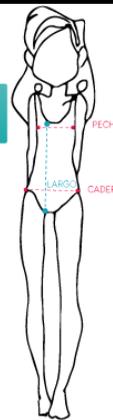


Figura 5. Guía de tallaje niña

Medidas aproximadas en Centímetros					
ropa	Altura (Cm) [1]	Pecho (Cm) [2]	Cintura (Cm) [3]	Cadera (Cm) [4]	Altura pierna [5]
XS 38/40	165-169	82-89	66-71	85-90	81
S 42/44	170-174	90-97	73-79	91-96	82
M 46/48	175-179	98-105	80-85	97-102	83
L 50/52	180-184	106-113	86-93	103-108	84
XL 54/56	185-189	114-121	93-99	109-114	85

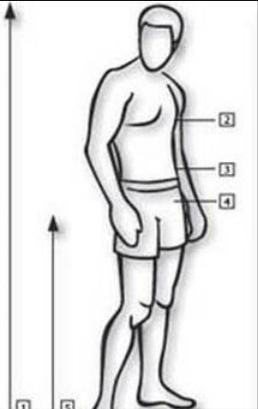


Figura 6. Guía de tallaje hombre

Dentro del tallaje de hombres se encuentra medida de altura, pecho, cintura, cadera y altura de pierna, según la medida se encuentra en XS, S, M, L y XL.

Empaque: teniendo en cuenta nuestro compromiso con el medio ambiente, no se utilizaran materiales plásticos, solo se utilizaran bolsas de fibras naturales reutilizables y bolsas de papel biodegradable, además se promoverá el uso y reutilización de estos empaque ofreciendo porcentaje de descuento utilizándolas en las próximas compras realizadas.



Figura 7. Empaque

3.2. Ficha técnica del producto

Estrella de Mar al ser una fábrica desarrollara todas sus operaciones en la planta, desde el diseño hasta el corte confección y etiquetado de las prendas.

A continuación se detalla el proceso técnico de elaboración para los trajes de baño.

Tabla 8

Ficha técnica de producción y confección

mbre /	Proveedor de materia prima	Descripción	proceso de elaboración
--------	----------------------------	-------------	------------------------

Frajes de baño tipo
SWIMSUIT
Swimqueen

LAFAYETTE

BARRANQUILLA

Carrera 52 # 72 - 94 el Prado

(57) (5) 3565670 - 3450811. Cel.: 3102295887



**Vestido de baño
cobertura completa
adelante y espalda
afuera, tela con
protección UV, colores
surtidos**

Vestidos de baño de una pieza: Esta pieza cubre el dorso femenino, está elaborado 100% en Lycra o estampado, tiene un largo promedio de 50 cm., dependiendo del torso, para los enterizo en su parte delantera y trasera, puede combinar los diferentes escotes, los cuales pueden ser rectos a la altura del busto, corazón, demarcando la parte superior del busto, y profundos, enseñando la máxima profundidad del busto, de igual manera la parte trasera también juega con los diferentes escotes, yendo estos desde la altura que se encuentra con el busto, hasta la parte superior de la cadera. Cuando el vestido de baño es Straple, indica que tanto la parte trasera como la delantera, se encuentran en una misma línea.

Dos
piezas
princesa

LAFAYETTE

BARRANQUILLA

Carrera 52 # 72 - 94 el Prado

(57) (5) 3565670 - 3450811. Cel.: 3102295887

**Traje de
baño de dos
piezas,
diseños
variados,
estampados
exclusivos,
colores
resistentes.**

Vestido de baño de dos piezas o bikini: Tanto su parte superior (Brassier o Straple) e inferior (Tanga o bóxer) elaboradas 100% en Lycra, en su parte superior al igual que los vestido de baño de una pieza, puede contar con tirantas y los escotes, mencionados anteriormente. La parte



inferior, si es tanga, esta puede ser convencional o brasilera y si es bóxer, este cubre toda la altura de las caderas, aproximadamente 15 cm. de altura

Bermuda King LAFAYETTE

BARRANQUILLA

Carrera 52 # 72 - 94 el Prado

(57) (5) 3565670 - 3450811. Cel.: 3102295887



Pantaloneta hombre, estampados exclusivos, incluye forro interno, bolsillo y cordón.

Selección de medidas respectivas, cierre de cortes, inclusión de cordón de amarre ajuste, bolsillos laterales.

TRAJE DE BAÑO LITTLE GIRL

BARRANQUILLA

Carrera 52 # 72 - 94 el Prado

(57) (5) 3565670 - 3450811. Cel.: 3102295887



Traje de baño de niña de la talla 2 a la 12, variedad en diseños, telas con UV y colores resistentes.

Selección de tallaje infantil, diseño, paso corte y confección.

TRAJE DE BAÑO LITTLE BOY

BARRANQUILLA

Carrera 52 # 72 - 94 el Prado

(57) (5) 3565670 - 3450811. Cel.: 3102295887

Pantalónetas niños tallas de la 2 a la 12, diseños animados, incluye cordón, forro

Selección de tallaje infantil, diseño, paso a corte y confección

interno y bolsillos extra para juguetes.



Fuente: propia del autor

Teniendo en cuenta que la empresa también elaborara trajes personalizados en estampado y diseño a solicitud del cliente Para la confección de vestidos de baño de una, dos o tres piezas, se realiza en promedio 2 bocetos en los cuales se ilustra el diseño, se determina el patronaje y se elabora la ficha técnica de dicho boceto en un dibujo plano.

Etiqueta de instrucción:

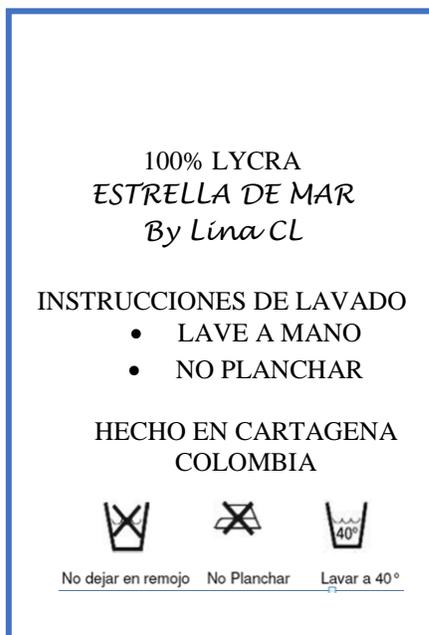


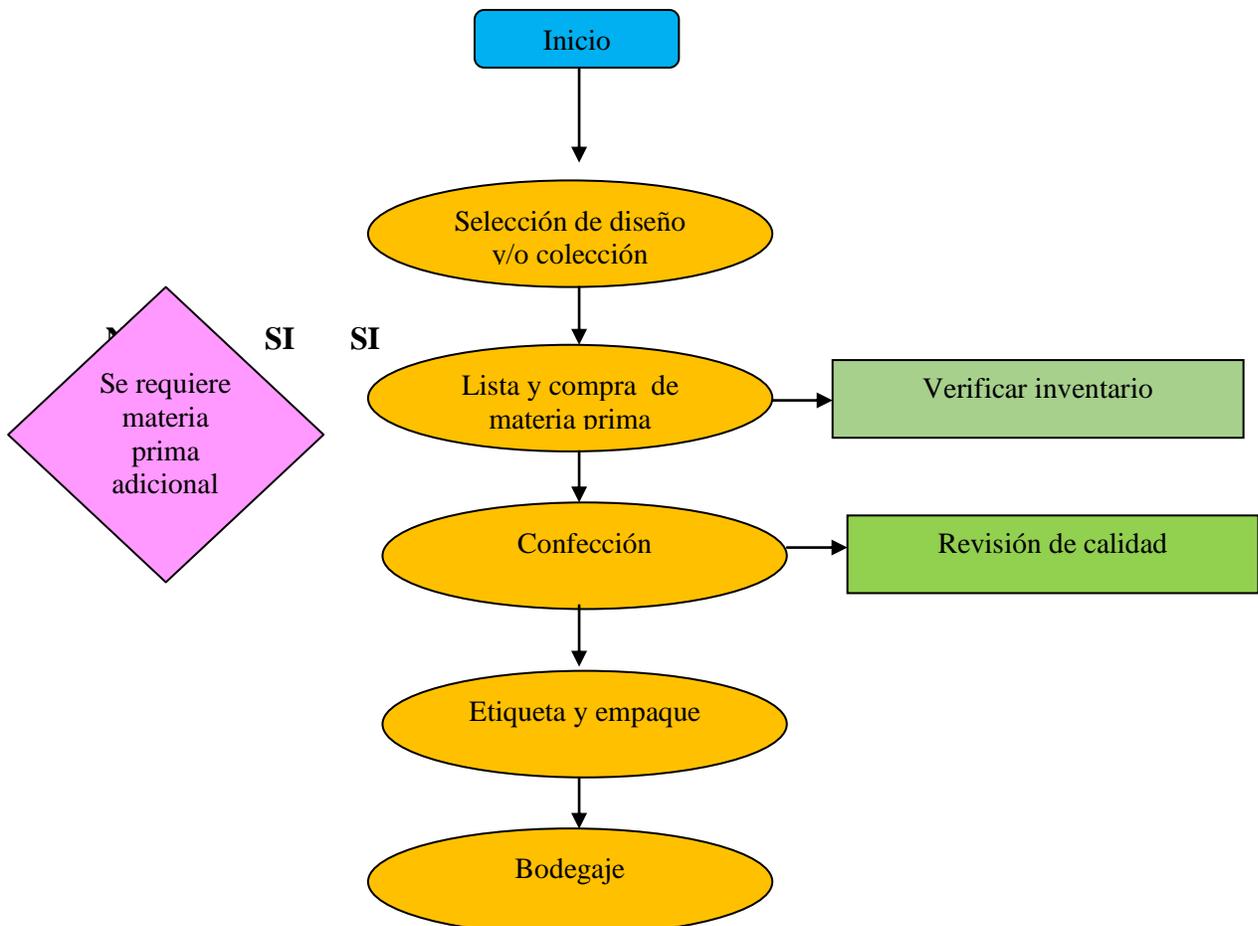
Figura 8. Etiqueta de instrucción

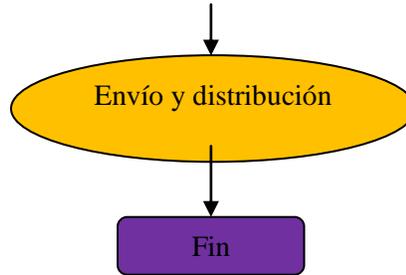
3.3. Descripción del proceso productivo y sistema de producción

El proceso inicia con:

1. la evaluación y estudio de las tendencias de la temporada para lanzamiento de la colección,
2. se realiza la compra o selección de materiales para la confección como telas, apliques, hilos, hebillas, entre otros.
3. Se elaboran los diseños estampados para los trajes para los que sea solicitado y luego de la sublimación se envía a corte y confección de los trajes de baño.
4. Luego se lleva a taller para el trabajo a mano y creativo de cada uno de los trajes que lo hace especial y le da el toque de exclusividad.
5. Finalmente se realiza revisión de calidad de cada traje y se etiqueta y se guarda en empaques biodegradables con el compromiso con el medio ambiente y el planeta.

3.4. Diagrama de flujo





3.5. Equipo e infraestructura requerida

Tabla 9

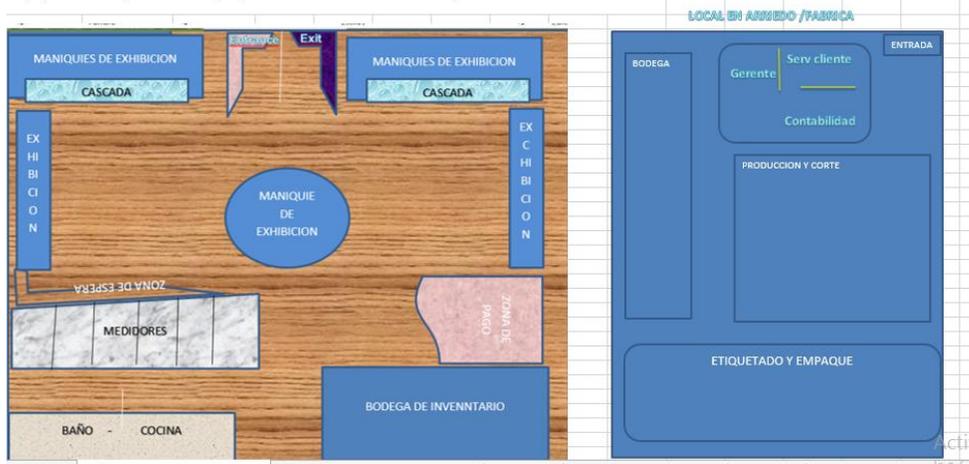
Maquinaria

MAQUINARIA	DESCRIPCIÓN	FOTO
Maquina plana electrónica	Máquina de coser semi automática, de mínima lubricación, cortahilos posición de aguja alta o baja con atacados programables de hasta 9 puntadas.	

<p>Maquina fleteadora</p>	<p>Maquina cinco hilos, doble puntada, con mueble motor y accesorios, lubricación automática de alta velocidad y ajuste semipesado.</p>	
<p>Cortadora de tela vertical industrial</p>	<p>Corta materiales tipo algodón, lycra, fibra química, bajo nivel de ruido de fácil operación y alta eficiencia, con altura de prénsatelas.</p>	
<p>Mesa de Corte para tela</p>	<p>Con pintura electro estática de diseño americano, medidas 120 x 180 cm.</p>	

Fuente: propia del autor

Diseño de infraestructura



3.6. Plan de compras

La compra de materias primas utilizadas para la fabricación de los trajes de baño se realizara en efectivo, evitando tener cualquier deuda con proveedores.

De esta manera poder contar con fidelización de proveedores debido al pago de contado y oportuno de las compras, así como la posibilidad abierta de descuentos para la empresa como cliente estrella.

Pasos a seguir:

- ✓ Selección de proveedor
- ✓ Fijación de fecha de entrega y cantidades
- ✓ Características de diseño y materias primas
- ✓ Análisis de costos
- ✓ Control de calidad
- ✓ Gestión de existencias
- ✓ Organización de almacén

Se esforzara en evitar acumulación de inventario para reducir los costos posibles mediante la planeación de la compra de materiales manteniendo óptimo balance sin excedentes.

3.7. Plan de implementación

Para el plan de implementación del estudio técnico del proyecto se divide en:

- ✓ Análisis del área de producción: conocer si la empresa tiene la capacidad suficiente para adquirir materias primas y si se pueden producir todas las unidades demandadas de acuerdo a los insumos adquiridos y las solicitudes de pedidos de los clientes.

- ✓ Investigación de la organización de la empresa: conocer asequibilidad de los productos de estrella de mar y los medios por los cuales los clientes desean obtenerlos.

3.8. Plan de producción

La unidad de producción está definida por unidad definida por traje de baño confeccionado.

Las operarias laboran en horario d 07:00 am a 05:00 pm, con intensidad diaria según requiera la producción asignada.

Dentro del plan de producción es necesario tener presente los costos unitarios y el pronóstico de producción y ventas tomando como muestras los trajes de baño de mujeres.

Tabla 10

Materiales y medidas para producción

MATERIALES	CANTIDAD UTILIZADA/TRAJE DE BAÑO		
	ENTERIZO	BIKINI	TRIKINI
Materiales directos			
Lycra brillante o mate pesada	0,5 mts	0,25 mts	0,4 mts
Copas prehormadas	0-1 par	0-1 par	0-1 par
Sesgo	3 mts	1,5 mts	2 mts
Tensores	0-1 par	0-1 par	0-1 par
Tirantas y cauchos	0-1 par tirantas, 3 mts caucho	0-1 par tirantas 1,5 mts de caucho	0-1 par tirantas y 2 mts de caucho
Varillas metálicas forradas	0-1 par	0-1 par	0-1 par
Encaje	50 cm opcional	50 cm opcional	50 cm opcional

Nylon cristal	1 mt	84 cm	95 cm
Cintas (moños tejidos)	0-1 unidades opcional	0-2 unidades opcional	0-3 unidades opcional
Hilo	7 mts	6,5 mts	8 mts
Hilaza nylon 100/2	10 mts	9 mts	11 mts
Materiales indirectos			
Marquillas y tallas	1 unidad	2 unidades	3 unidades
Etiqueta cartón	1 unidad	1 unidad	1 unidad

Fuente: propia del autor

La proyección de ventas para los primeros años está dada por 5000 unidades.

Tabla 11

Proyección de venta a 5 años

PRESUPUESTO DE VENTAS		2020	2021	2022	2023	2024
Unidades x año		5.000	6.250	7.813	9.766	12.207
Precio Unitario		70.000	72.660	75.421	78.287	81.262
Ventas Proyectadas	\$ -	350.000.000	454.125.000	589.227.188	764.522.276	991.967.653

Fuente: estudio financiero del autor

3.9. Logística y distribución

Para una óptima entrega de los productos de la empresa y lograr la satisfacción del cliente es necesario aplicar una óptima y oportuna logística de distribución, en forma tiempo y cantidad deseada.

De esta forma se describe a continuación el proceso de logística de distribución de los trajes de baño de Estrella de Mar:



Figura 9. Logística de distribución

- ✓ Procesamiento de pedidos, recepción de pedido vía directa en la fábrica, pedido por redes sociales (whatssap, instagram, facebook y/o pagina web de la empresa.
- ✓ Gestión de almacén, mediante los stands de productos, almacenados por categoría y producto, que permita una rápida realización de despacho, manteniendo actualizado sistemáticamente el inventario.
- ✓ Empaque de los productos, manteniendo las políticas de cuidado ambiental mediante empaques reciclable.
- ✓ Transporte del producto, dependiendo del caso se hace de forma directa al cliente en la tienda o se realiza mediante medio de transporte aéreo o terrestre según corresponda.

3.10. Aspectos ambientales y sociales del proyecto

- Desechos de hilos y telares
- Utilización de empaques y etiquetas con material biodegradable y/o reutilizable
- Política de contratación de madres cabezas de hogar
- Generación de empleo

4. COMPONENTE DE TALENTO HUMANO

4.1. Descripción del equipo emprendedor

Lina María Ceballos León

Apasionada por la moda con experiencia sobre la confección, el diseño de moda y el modelaje. Contando con los bosquejos para lanzamiento de la primera colección, creativa y emprendedora, con conocimientos en diseño gráfico para la realización de las TIC a utilizar para la promoción y comercialización de los productos Trilingüe punto clave para concretar relaciones comerciales en el exterior y participar en ferias de moda internacionales que ayuden al crecimiento de la nueva empresa.

Además cuenta con 5 años de experiencia como asistente de dirección de operaciones y está finalizando sus estudios como administradora de empresas en la fundación universitaria Los Libertadores.

5. COMPONENTE JURÍDICO – TRIBUTARIO

5.1. Determinación de la forma jurídica

Estrella de Mar es una empresa de sociedad por acciones simplificadas (S.A.S) teniendo la posibilidad de constituirse por una o varias personas.

Registrada ante la cámara de comercio, donde los accionistas responderán solo por el capital invertido. Además de la reducción de costos al no necesitar revisor fiscal disminuyendo los tramites.

Esta iniciativa legal está respaldada por el ministerio de industria, comercio y turismo, además en la medida que al nuevo proyecto presente alguna perdida, este no afecta el patrimonio personal ni familiar de los socios.

Adicional a esto, para la empresa de tipo SAS, el pago de sus aportes puede realizarse un plazo máximo de dos años, sin cuota inicial.

Se elige este tipo de empresa dando lugar a la inversión del proyecto y poder dar inicio a su creación.

Mediante este aspecto se describe que tipo de sociedad conforma el nuevo proyecto y los aspectos legales que debe cumplir.

NOMBRE DE LA SOCIEDAD: ESTRELLA DE MAR SWIMWEAR S.A.S

Registrada en Cartagena de Indias mediante una escritura pública, en donde se especificara el domicilio, y registros accionarios.

Capital autorizado: 112.172.479

Capital suscrito: 37.172.479

Capital pagado: 75.000.000

La sociedad anónima se divide en acciones de la siguiente manera:

60% concedido a la única dueña del negocio

40% acciones que serán vendidas para la captación del dinero para la creación y funcionamiento de la tienda de trajes de baño.

5.2. Obligaciones tributarias

De acuerdo a la actividad desarrollada por la empresa se debe cumplir con las siguientes obligaciones tributarias:

Impuesto de renta: pago de impuesto anual año vencido, periodo gravable del 1 de enero a 31 de diciembre de cada año, este impuesto grava las utilidades y eventualmente patrimonio y corresponde a una tarifa de 33%.

Impuesto a las ventas: con una tarifa de 19% según lo contempla el artículo 468 del estatuto tributario modificado por la ley 1819 de 2016.

Impuesto de industria y comercio: comprende un impuesto territorial que debe ser pagado al municipio donde se ejerza la actividad y se realizara con régimen simplificado. Representado en el 3 por mil.

6. COMPONENTE FINANCIERO

A continuación se presenta el análisis o componente financiero donde se toma finalmente la decisión de poner en marcha la ejecución del proyecto, se ha escogido un horizonte de tiempo de cinco años.

6.1. Análisis de costos y gastos

Dentro de los costos de la nueva empresa se incluye los materiales directos, es decir materia prima o insumos, así como la mano de obra directa de la fábrica, para un total de costos fijos para el primer año por valor de 126.074.561 millones de pesos.

Tabla 12

Costos

CONCEPTO	2020	2021	2022	2023	2024
COSTOS					
MATERIALES DIRECTOS					
Insumos para la producción de trajes de baño	70.000.000	90.825.000	117.845.438	152.904.455	198.393.531
Total MD	\$ 70.000.000	\$ 90.825.000	\$ 117.845.438	\$ 152.904.455	\$ 198.393.531
MANO DE OBRA DIRECTA					
Sueldos	59.841.841	62.355.199	64.509.206	66.977.735	69.549.689
Total MOD	\$ 59.841.841	\$ 62.355.199	\$ 64.509.206	\$ 66.977.735	\$ 69.549.689
CIF					
Servicios Públicos	\$ 2.400.000	\$ 2.500.800	\$ 2.600.832	\$ 2.704.865	\$ 2.815.765
Total CIF	\$ 2.400.000	\$ 2.500.800	\$ 2.600.832	\$ 2.704.865	\$ 2.815.765
TOTAL COSTOS	\$ 132.241.841	\$ 155.680.999	\$ 184.955.476	\$ 222.587.056	\$ 270.758.984

Fuente: estudio financiero del autor

En cuanto a los gastos se incluyen sueldos, material de oficina y servicios públicos, para los gastos de ventas se encuentran sueldos y publicidad para un total de 128.790.400 millones de pesos para el primer año.

Tabla 13

Gastos de administración y ventas

CONCEPTO	2020	2021	2022	2023	2024
GASTOS					
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos	61.195.200	63.765.398	66.188.484	68.703.646	71.314.384
Material de Oficina	\$1.200.000	\$1.250.400	\$1.300.416	\$1.352.433	\$1.407.882
Varios	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
Servicios Públicos	\$0	\$-	\$-	\$-	\$-
Mantenimiento de Oficinas	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
Total Admon	\$62.395.200	\$65.015.798	\$67.488.900	\$70.056.079	\$72.722.267
GASTOS DE VENTAS					
Sueldos	62.395.200	65.015.798	67.488.900	70.056.079	72.722.267
Publicidad	\$4.000.000	\$4.152.000	\$4.309.776	\$4.473.547	\$4.643.542
Promocion	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
Total Venta	\$66.395.200	\$69.167.798	\$71.798.676	\$74.529.626	\$77.365.809
IMPUESTOS					
Impuesto Industria y comercio	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
Impuesto predial	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
Total Impuestos	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
TOTAL GASTOS					

\$128.790.40	\$134.183.59	\$139.287.57	\$144.585.70	\$150.088.07
0	7	5	5	6

Fuente: estudio financiero del autor

6.2. Estados Financieros

6.2.1 Balance General

El balance general se encuentra distribuido entre activos de 146.889.874 millones y pasivos por valor de 75.000.000 millones para un patrimonio de 71.889.874 millones.

Tabla 14
Balance general Estrella de Mar

BALANCE GENERAL INICIAL DEL PROYECTO AÑO 2020			
ACTIVOS	VALOR	PASIVOS	VALOR
INVERSION		FINANCIACION DE TERCEROS	
INVERSION CAPITAL DE TRABAJO	-7.289.560	BANCO	75.000.000
INVERSION FIJA	20.173.350		
INVERSION PREOPERATIVA	99.288.689		
TOTAL INVERSION	112.172.479	TOTAL FINANCIACION DE TERCEROS	75.000.000
		INVERSIONISTAS	
		INVERSIONISTA O SOCIOS	71.889.874
ACTIVOS =	PASIVOS	PATRIMONIO	
	+		
112.172.479	75.000.000	37.172.479	

Fuente: estudio financiero del autor

6.2.2 Estado de Resultados

El estado de resultados para el año 2020 proyecta ventas por valor de 252.000.000 millones frente a un costo de la operación de 144.236.473 millones para una utilidad neta de 42.765.195 millones de pesos el primer año.

Tabla 15

Estado de resultados año 2020

ESTADO DE RESULTADO DEL PROYECTO	
AÑO 2020	
VENTAS	350.000.000
(-)COSTOS DE OPERACIÓN	\$ 155.680.999
UTILIDAD BRUTA	194.319.001
(-)GASTOS DE OPERACIÓN	134.183.597
UTILIDAD OPERACIONAL	60.135.404
(+) INGRESOS NO OPERACIONALES	-
(-)GASTOS NO OPERACIONALES	-
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS DE RENTA (U.A.I.I.)	60.135.404
(-) GASTOS FINANCIEROS	8.871.525
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (U.A.I.)	51.263.879
(-) IMPUESTO DE RENTA	-
UTILIDAD NETA	51.263.879

Fuente: estudio financiero del autor

6.2.3 Flujo de Caja

El flujo de caja de la nueva empresa aumenta considerablemente a partir del tercer año de funcionamiento con un valor de 103.955.427 millones, debido al aumento considerable de ingresos por proyección de ventas estimadas.

Tabla 16

Flujo de caja

Fuente: estudio financiero del autor

Concepto	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos					
		350.000.000	454.125.000	589.227.188	764.522.276
1 Ingresos por Ventas					
2 Venta de Activo					
		\$		\$	\$
		350.000.000	\$	589.227.188	764.522.276
3 Total Ingresos		0	454.125.000	88	6
Egresos					
		\$		\$	\$
		132.241.841	\$	184.955.476	222.587.056
4 Costos			155.680.999	76	6
		\$		\$	\$
		128.790.400	\$	139.287.575	144.585.705
5 Gastos		0	134.183.597	75	5
		\$	\$	\$	\$
6 (-)Depreciacion		3.324.867	3.324.867	3.324.867	3.324.867
		\$	\$	\$	\$
		19.857.738	19.857.738	19.857.738	19.857.738
7 (-)Amortizacion Valor en Libros				8	
8 Activos Vendidos					
		\$		\$	\$
		284.214.846	\$	347.425.656	390.355.365
9 Total Egresos		6	313.047.200	56	5
		\$	\$	\$	\$
		65.785.154	\$	241.801.532	374.166.911
10 Utilidad Operativa (U.A.I.I.)					
		\$	\$	\$	\$
11 (-) Pago de Intereses Préstamo bancario		8.871.525	7.961.625	7.051.725	6.141.825
		\$	\$	\$	\$
		56.913.629	\$	234.749.807	368.025.086
12 Utilidad Antes de Impuestos (U.A.I.)					
		\$	\$	\$	\$
		22.765.452	53.246.470	93.899.923	147.210.034
13 (-) Impuesto Renta (-) Impuesto Ganancia Ocasional (10%)					
14					
15 Utilidad Neta		\$	\$	\$	\$

		34.148.177	79.869.705	140.849.8	220.815.05
				84	2
16	Ajustes Contables				
		\$	\$	\$	\$
17	(+) Depreciaciones	3.324.867	3.324.867	3.324.867	3.324.867
				\$	
		\$	\$	19.857.73	\$
18	(+) Amortizacion	19.857.738	19.857.738	8	19.857.738
	(+) Valor en Libros				
19	Activos Vendidos (9)				
20	(-) Inversiones				
		\$			
21	Terrenos	-			
		\$			
22	Máquinas	(10.086.675)			
		\$			
23	Equipo Computo	(2.241.483)			
		\$			
24	Muebles y enseres	(7.845.192)			
		\$			
	Construcciones y				
25	Montajes	-			
		\$			
26	Edificios	-			
		\$			
27	Capital de Trabajo	7.289.560			
		\$			
28	Inversión Preoperativa	(99.288.689)			
29					
		\$			
30	Total Inversiones (19)+(20)+...+(26)	(112.172.479)			
		\$			
31	(+) Ingresos por Recursos de Creditos	75.000.000			
	(+) Recuperacion de				
32	Capital de Trabajo				
		\$	\$	\$	\$
33	(-) abono a capital prestamo	7.500.000	7.500.000	7.500.000	7.500.000
				\$	\$
	Flujo Neto de	\$	\$	250.432.4	383.707.69
	Caja	(37.172.479)	72.596.234	12	0

6.2.4 Análisis de inversión inicial y retorno sobre la inversión

Para la inversión inicial del proyecto se necesita 149.858.746 millones de pesos, teniendo en cuenta la inversión fija, pre operativa y el capital de trabajo.

Tabla 17

Inversión total

INVERSION TOTAL	
TOTAL INVERSION FIJA	\$ 20.173.350
TOTAL INVERSION PREOPERATIVA	\$ 99.288.689
TOTAL INV. CAPITAL DE TRABAJO	(\$ 7.289.560)
INVERSION TOTAL lo	\$ 112.172.479

Fuente: estudio financiero del autor

Para el cálculo del retorno de inversión se realiza mediante WACC con un porcentaje de 15,15 % a una tasa de inflación de 3,8%.

Y se calcula un VPN de 1.185.490.387 con una TIR financiera de 83,53%.

WACC	14,16%
Tasa inflacion	3,8%

VPN	\$2.284.874.239
TIR FINANCIERA	277,58%
TIR real	263,76%
B/C	2,32
PRI	3,88

Figura 10. WACC Y VPN

6.3 Fuentes de apoyo financiero

El proyecto de creación de la empresa estrella de Mar necesita una inversión de 112.172.479 millones de pesos de los cuales 75.000.000 corresponden a

financiamiento con entidad bancaria y los socios representan 37.172.479 con una tasa de 12.5% efectiva anual.

PROYECTO ESTRELLA DE MAR	
INVERSION	FINANCIACION
112.172.479	75.000.000
	FINANCIACION SOCIOS
	37.172.479

CALCULO RENTABILIDAD SOCIOS (Re)	
TASA BANCO	12,5 E.A
PRIMA RIESGO	5
Re	17,5 E.A
WACC	14,16% E.A

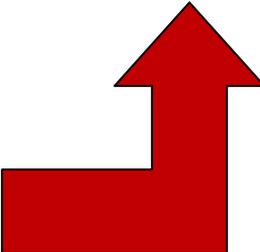


Figura 11. *Calculo inversión y rentabilidad*

7 COMPONENTE DE IMPACTOS Y VALIDACIÓN

7.1 Impacto social

La empresa de trajes de baño Estrella de Mar, tiene como política de contratación madres cabezas de hogar de la ciudad de Cartagena, contribuyendo de esta forma a la generación de empleo y mejora de la calidad de vida de estas personas.

Es importante resaltar que se realizara pago de salario mínimo con todas sus prestaciones sociales y contrato a término indefinido, lo cual brinda seguridad y compromiso con los empleados de la organización, además de capacitación y participación en los show room de las distintas colecciones, resaltando la importancia de su labor.

Luego de posicionar ampliamente en el mercado nacional la marca, la empresa lograra establecer tiendas físicas en otras ciudades extendiendo su inclusión social con madres cabezas de hogar de diferentes partes del país así como convenios con fundaciones sin ánimo de lucro.

7.2. Impacto ambiental

Estrella de Mar es una empresa comprometida con la labor ambiental, por lo cual evita utilizar materiales plásticos y papel blanco para la elaboración de sus empaques y etiquetas, las cuales serán elaboradas en papel reciclable color natural y empaque reutilizable como son las bolsas de tela biodegradables.

Además se contara con un plan de incentivación del cuidado del medio ambiente mediante descuentos de hasta 5% de las compras realizadas por reutilizar las bolsas de estrella de mar en sus próximas compras.

Los trazos o cortes de desechos de telas e hilos serán reutilizados y donados a fundaciones para realizar elementos artesanales o en función de lo que requieran utilizarlos.

7.3. Impacto económico

Teniendo en cuenta los estudios de mercado del sector es importante mencionar que la creación de la empresa contribuirá positivamente en la economía de la ciudad mediante el registro de ante la cámara de comercio y los ingresos generados por compras realizadas en la ciudad.

Sin duda los ingresos y la rentabilidad del nuevo proyecto atraerá mayores clientes, con la participación en los diferentes escenarios no solo a nivel nacional sino logrando ser reconocida a nivel internacional, posicionándose a largo plazo como una de las mejores y más solicitadas marcas en el exterior.

7.4. Validaciones

7.4.1. Validación Técnica

La tiendas de trajes de baño como parte importante de la moda actual y de un mundo cada vez más globalizado y fashionista está al mismo tiempo comprometido con el cuidado de la piel e innovación con componentes de tecnología.

Los trajes de baño de Estrella de Mar tienen una segmentación amplia en el mercado que permite mayor alcance en venta y por lo tanto en ingresos, cuenta con medida personalizada así como selección de tallaje general para mujeres, hombres y niños de todas las edades.

También cuenta con un plan de producción óptimo enfocado así como lo hace en sus procesos de compras y de operación, enfocando sus esfuerzos en la satisfacción de sus clientes para que puedan obtener los productos que desean cómo y cuando lo deseen.

7.4.2. Validación Financiera

De acuerdo al estudio financiero aplicado se concluye que el proyecto presenta viabilidad en utilidad a partir del primer año

Se estima que a partir del tercer año genere óptimas ganancias con un VPN de \$ \$2.284.874.239.

Así como una TIR de 277,58%. Que comprueba el retorno de inversión de los futuros accionistas.

Se recomienda ver en detalle la plantilla financiera del proyecto para mayor información.

La inversión necesaria para la apertura de la tienda de trajes de baño es una suma alcanzable y está directamente relacionada con las ganancias de la misma, lo cual permite el pago del crédito a tiempo.

7.4.3. Validación Comercial

Los trajes de baño son una oferta altamente demandada en la ciudad de Cartagena y en otras ciudades sin mencionar los turistas que nos desean visitar al ser una ciudad totalmente caribeña y con diversos lugares tipo balneario para disfrutar de baños de sol y agua, es una ciudad llena de moda y que necesita poner su sello cartagenero en esta industria no solo en Colombia sino en todo el mundo con las creaciones de trajes de baños personalizados, auténticos que enmarcados en nuestra cultura cartagenera tiene para ofrecer.

Como diseño favorito para la línea de trajes de baño estarán las bermudas, bikinis y tipo swimsuit, los colores favoritos son el negro y el azul oscuro con estilo estampado y unicolor.

La demanda esperada es de un 90% frente a una toma de muestra de 100 personas.

El precio del producto oscila entre los 70.000 pesos y dependerá de la calidad aplicada este más la innovación de las telas que repercuten en el costo del producto bien sea por su efecto antibacterial o filtro UV mas la resistencia del color.

8. CONCLUSIONES

La ciudad de Cartagena a la cual llegan millones de turistas de diversos lugares y que se destaca como atractivo turístico por sus playas, industria hotelera y turismo. Tiene todas las características para sacar el mejor provecho de ella y fomentar el emprendimiento cartagenero a través de una tienda de trajes de baño con un sello único, innovador, histórico, enfocado en su flora, fauna y corales en todos sus estampados que puedan ser reconocido en todo el país y en el mundo entero.

Es importante tomar de referencia la competencia y los estándares de calidad para llevar un producto llamativo pero con alto estándar de calidad, que a su vez genere ingresos económicos y utilidades estimadas de acuerdo a los cálculos de costos de la empresa.

Debido al amplio segmento del mercado se aumenta la cantidad de ventas por variedad del producto, los precios de cada uno están dados por sus materias primas y componentes específicos como craft, bordados o estampados personalizados.

Con lo anterior la recomendación final es continuar con el estudio de factibilidad del proyecto. Del cual se concluye que la tienda de trajes de baño Estrella de Mar swimwear, presenta un mercado con alta segmentación, productos diferenciados, liderazgo en precios, además de excelente ubicación, producto diferenciador y de alta demanda.

Teniendo en cuenta el estudio financiero se considera viable, con capacidad de endeudamiento a cinco años, utilidad de 105 millones de pesos al quinto año

Y una positiva y alza Tasa Interna de Retorno que afianza la atracción de los futuros inversionistas.

BIBLIOGRAFÍA

Miranda Miranda Juan José, (2013). Gestión de Proyectos Identificación, Formulación y Evaluación, Cuarta Edición.

Reglamento de confecciones por la Superintendencia de Comercio Industria y Turismo, (abril 2018), disponible en:
https://issuu.com/quioscosic/docs/reglamento_confecciones

Reglamento de confecciones, (abril2018), disponible en:
http://www.cccucuta.org.co/uploads_descarga/desc_efc26a6e0dff71e93d3514a7a819c33e.pdf

Cartagena en cifras (Julio 2017), recuperado de
https://www.cccartagena.org.co/sites/default/files/publicaciones/cartagena_en_cifras_-_julio_2017_1.pdf

Censo ciudadano, DANE, recuperado de <http://www.dane.gov.co/>

Agua bendita, recuperado de <http://www.dinero.com/edicion-impresia/negocios/articulo/vestidos-bano-agua-bendita-modelos-famosas/196127>

Vestidos de baño y su cuota den el mercado, recuperado de
<https://es.statista.com/estadisticas/561208/ropa-de-bano-cuota-de-mercado-en-el-mundo-por-segmento/>

Mejores marcas de trajes de baño, recuperado de
<http://www.vogue.mx/moda/estilo-vogue/galerias/marcas-latinas-mexicanas-trajes-de-bano/5328/image/1416871>

Encuesta, recuperado de <https://manager.e-encuesta.com/v2/survey/1298138/preview>

Estadísticas traje de baño, recuperado de <http://linea.ccb.org.co/descripcionciiu/cámara-de-comercio-de-Bogotá>

Historia del traje de baño, recuperado de <http://www.quo.es/ser-humano/historia-del-traje-de-bano>

LISTA DE TABLAS

Tabla 1.....	17
Tabla 2.....	18
Tabla 3.....	19
Tabla 4.....	21
Tabla 5.....	25
Tabla 6.....	26
Tabla 7.....	27
Tabla 8.....	30
Tabla 9.....	35
Tabla 10.....	37
Tabla 11.....	38
Tabla 12.....	41
Tabla 13.....	43
Tabla 14.....	44
Tabla 15.....	44
Tabla 16.....	46
Tabla 17.....	46

LISTA DE ILUSTRACIONES

Figura 1.....	7
Figura 2.....	7
Figura 3.....	25
Figura 4.....	28
Figura 5.....	29
Figura 6.....	29
Figura 7.....	30
Figura 8.....	33
Figura 9.....	38
Figura 10.....	47
Figura 11.....	50

LISTA DE GRÁFICOS

Grafica 1.....	8
Grafica 2.....	9
Grafica 3.....	12
Grafica 4.....	13
Grafica 5.....	13
Grafica 6.....	14
Grafica 7.....	14
Grafica 8.....	15
Grafica 9.....	15
Grafica 10.....	16