

**CREACIÓN DE UNA MARCA DE PRENDAS DEPORTIVAS
BAELLA**

MARIA ALEJANDRA OSPINA RESTREPO

**INTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO
FACULTAD DE PRODUCCIÓN Y DISEÑO
TECNOLOGIA EN DISEÑO TEXTIL Y PRODUCCIÓN DE MODAS
MEDELLÍN
2018**

**CREACIÓN DE UNA MARCA DE PRENDAS DEPORTIVAS
BAELLA**

MARIA ALEJANDRA OSPINA RESTREPO

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de
TECNÓLOGO EN DISEÑO TEXTIL Y PRODUCCION DE MODAS

ASESORA
LUZ ARLEY ESPINOSA MORENO
ECONOMISTA Y DISEÑADORA DE MODAS

**INTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO
FACULTAD DE PRODUCCIÓN Y DISEÑO
TECNOLOGIA EN DISEÑO TEXTÍL Y PRODUCCIÓN DE MODAS
MEDELLÍN
2018**

DEDICATORIA

Sé que no sabes ni leer ni escribir, pero a tu corta edad eres esa persona, que me ha enseñado que se puede soñar y con esfuerzo lograr los sueños propuestos. Te agradezco hija porque todos los días abres mis ojos y me das lecciones de vida que quedan grabadas en mi corazón; y que siempre me ayudan a dar lo mejor de mí.

Le agradezco a Carlos Julio Espinosa y a Jenny Patricia Álzate, por su apoyo en mis estudios, han sido un impulso muy grande para ayudarme a salir adelante siempre recuerdo sus palabras de apoyo y sus acciones para que siempre diera todo de mí en mi carrera.

Gracias a todos.

AGRADECIMIENTOS

A la primera persona que quiero agradecerle es a DIOS, quien me sostuvo en los momentos difíciles y me dio fuerza y oportunidades para seguir adelante.

A mi universidad Pascual Bravo, por brindarme apoyo y a unos docentes excelentes y la oportunidad de crecer como persona.

Por ultimo a mi asesora de trabajo de grados. Luz Arley Espinosa Moreno;
Por su paciencia, sus conocimientos y su ayuda en las dificultades del trabajo;
también quisiera resaltar su personalidad y estado de ánimo siempre positivo ya que así mi trabajo fue mucho más ameno.

CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN.....	10
1. PLATAFORMA ESTRATEGICA.....	11
1.1 MISIÓN.....	12
1.2 VISIÓN.....	13
1.3 OBJETIVOS.....	14
1.4 VALORES CORPORATIVOS.....	15
2 MODULO DE MERCADOS.....	16
2.1 JUSTIFICACIÓN O PLANTIAMIENTO DEL PROBLEMA.....	17
2.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	18
2.3 ANALISIS DEL SECTOR.....	19
2.4 ANALISIS DEL MERCADO	20
2.5 ANALISIS DE LA COMPETENCIA.....	21
3 ESTRATEGIAS DE MERCADO	22
3.1 CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	23
3.2 DISTRIBUCIÓN.....	24
3.3 PRECIOS.....	25
3.4 PROMOCIÓN.....	26
3.5 COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD.....	27
3.6 SERVICIOS.....	28
3.7 PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADOS.....	29
3.8 ESTRATEGIA DE APROVISIONAMIENTO DE MATERIA PRIMAS.....	30
3.9 PROYECCIÓN DE VENTAS.....	31
4 MODULO OPERATIVO.....	32
4.1 OPERACIÓN.....	33
4.2 PLAN DE COMPRAS.....	34
4.3 COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	35
4.4 INFRAESTRUCTURA.....	36
5 MODULO ORGANIZACIONAL.....	37
5.1 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL.....	38
5.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	39
5.3 ASPECTOS LEGALES.....	40
5.4 COSTO ADMINISTRATIVOS.....	41
6 MODULO FINANCIERO.....	42
6.1 INGRESOS.....	43
6.2 EGRESOS.....	44
6.3 CAPITAL DE TRABAJO.....	45
7 PLAN OPERATIVO.....	46

GLOSARIO

ASEQUIBILIDAD: sinónimo asequible se emplea para calificar aquello que está al alcance o que es posible de conseguir

IMPERMEABILIZACIÓN: preparar un objeto o cuerpo para no poder ser penetrado por un líquido.

TRASCENDER: pasar de un ámbito a otro; atravesando el límite que los separa. El concepto de trascendencia incluye además la idea de superación y superioridad.

PLACENTERAMENTE: de un modo placentero, con agrado deleite y placer

GLOBALIZACIÓN: Proceso por el que cierto hecho, comportamiento o característica se plantea desde una perspectiva global o universal.

POSICIONARSE: es adoptar una persona, una determinada actitud o decidirse
Sobre una cuestión

COMPARATIVAS:
del adjetivo que expresa comparación. Puede expresarse en grado de igualdad (*tan alto como*), inferioridad (*menos alto que*) y superioridad (*más alto que*).

INTERACCIÓN: La interacción es una acción recíproca entre dos o más objetos, sustancias, personas o agentes.

RESUMEN

Baella sport wear, es una marca llena de vida y positivismo hacia el deporte y la condición física de las mujeres; creada para llevar género femenino un toque de distinción en sus rutinas diarias de ejercicios, basándose en la calidad y los procesos innovadores que se descubre el día a día; buscando lograr una armonía entre el cuerpo de la mujer la comodidad y la calidad e inspiración que tiene cada prenda, logrando llevar la belleza de la mujer a las rutinas diarias de ejercicios,

La empresa baella sport wear lograra tener colecciones llenas de color y viveza con estilos diferentes; donde las clientas se sientan apoderadas y orgullosas de su cuerpo.

Esta empresa se constituirá de una manera organizada donde las mujeres que dispongan de nuestras colecciones se sientan en confianza y lleven a sus vidas una experiencia única de comodidad, atención y un muy buen precio.

Las bases de esta empresa buscan concientizar a las personas a cambiar sus estilos de vida y llevar de la mano en sus procesos a las clientas de baella sport wear.

Es una empresa que maneja un toque de distinción; que es el servicio comprometido con el cliente, donde pueden contar con una asesora en modas y consejos de nutrición dados por profesionales, porque para poder estar bien por fuera, por dentro deben tener una nutrición completa.

SUMMARY

Baella sport wear, is a brand full of life and positivism for the sport and the physical condition of women; created to bring the female gender to a touch of distinction in their daily exercise routines, based on the quality and innovative processes that discover day to day; looking for a harmony between the woman's body comfort and quality and the inspiration that each garment has, managing to bring the beauty of the woman to the daily routines of exercises,

The baella sport wear company will have collections full of color and vividness with different styles; where the clients feel empowered and proud of their body.

This company will be organized in an organized way where women who have our collections feel confident and take their lives a unique experience of comfort, care and a good price.

The foundations of this company seek to sensitize people to change their lifestyles and take their hand in their processes to the clients of Baella sport wear.

It is a company that handles a touch of distinction; that is the service committed to the client, who can count on a counselor in the mothers and nutrition advice given by professionals, because to be able to be well on the outside, inside must have a complete nutrition.

1. PLATAFORMA ESTRATÉGICA

1.1 MISIÓN

Baella es una empresa colombiana, dedicada a la fabricación de ropa deportiva para dama; donde su pasión es el satisfacer sus clientes logrando la calidad y la innovación sus productos.

Buscando la competitividad y la creatividad en las prendas, haciéndolas más resistentes y duraderas con nuestros procesos;

Donde se trabaja el día a día con respeto y el compromiso a los usuarios y empleados

1.2 VISIÓN

Lograr posicionarse como marca, con puntos de venta a nivel nacional, demostrando la calidad e innovación de nuestros productos.

Marcando la diferencia en cuanto proceso en prendas y así a futuro lograr la satisfacción de nuestros clientes logrando la lealtad y el reconocimiento de nuestros compradores.

Para el 2020 se asumirá el reto de ser empresa líder en el sector deportivo globalizando nuestra marca para poder contribuir en el desarrollo de Colombia.

1.1 OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Crear una empresa que evolucione la ropa deportiva, con nuevos procesos en cuanto diseño y comodidad a la hora de hacer deporte; implementando también procesos químicos para solucionar problemáticas diarias a la hora de ejercitarse.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

Investigar, las necesidades del cliente a la hora de trabajar su cuerpo; como la comodidad la sudoración y el mal olor en las prendas y así llevar un producto perfecto al cliente y poder brindarles la mejor asesoría al momento de sus compras

Crear diseños únicos enfocados a mejorar zonas estratégicas de sudoración y trabajando diseños llenos de feminidad y mezclas de telas donde se complementen y logren ser armoniosas

Poder brindarle a los usuarios una marca de ropa que cumpla con sus expectativas, y sea de fácil acceso económico sin desmejorar su calidad

1.4 VALORES CORPORATIVOS

CALIDAD: se describe como la excelencia en el producto lo que se logra con el buen desempeño; cuando se hace una serie de pruebas o referencias las cuales dan garantía de que es optimo

PASIÓN: es cada reto propuesto en nuestra empresa por ser mejores con lo que tenemos más afinidad y compromiso; la pasión es lo que nos impulsa a trascender a mejorar como personas y como empresa

COMPETITIVIDAD: es la capacidad de una empresa u organización, en definir sus metas, desarrollarlas y mantener unas ventajas comparativas que le permitan disfrutar y sostener una posición destacada en el entorno socioeconómico en el que actúa

RESPECTO: es el valor que debe primar siempre con nuestros empleados y los clientes. Brindándole nuestra experiencia comprendiendo y valorando sus intereses y sus habilidades para lograr una armoniosa interacción social

COMPROMISO: Cumplimos con nuestro compromiso al trabajar en lo propuesto para brindarle a nuestros clientes soluciones y resultados eficientes y responsables

INNOVACIÓN: la innovación es la aplicación de nuevas ideas que van saliendo a lo largo del recorrido de la marca, donde construimos no solo un conjunto deportivo, si no la solución de un problema con ingenio y excelencia con el que se identifiquen los clientes

2. MODULO DE MERCADOS

2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A lo largo de los años, en el ámbito del entrenamiento de las mujeres en los centros de acondicionamiento físico, se ha encontrado variedad de problemas.

BAELLA sport wear, quiere manejar la problemática en cuanto la calidad de las prendas, haciéndolas más resistentes y con más soporte en las zonas donde se acumula mayor cantidad de sudor; El mal olor debido a la sudoración y la mala resistencia en los cosidos.

2. JUSTIFICACIÓN O PLANTIAMIENTO DEL PROBLEMA

2.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

El problema radica desde tiempos pasados, pero la necesidad al pasar los años se ha vuelto más compleja y ha evolucionado el deporte, se ha vuelto más importante entrenar nuestro cuerpo y poder hacer los ejercicios en comodidad y con estilo

La evolución sobre el tema ha sido muy lenta y las marcas se enfocan más en el diseño que en la calidad y en nuevos procesos de evolución de las prendas;

Si esta problemática no se resuelve se quedaría en el limbo la comodidad completa de un atuendo deportivo y la confianza para hacer un ejercicio placentemente.

2.3 ANALISIS DEL SECTOR

La moda deportiva ha evolucionado en los últimos 10 años, de manera significativa ya que ahora se tiene mucho más en cuenta;

Tiene varias facetas el vestir con ropa deportiva; ya que se puede utilizar para un deporte como para salir a un día libre.

Las grandes empresas hoy en día hacen propuestas mucho más vanguardistas y diseños donde se vea armonioso el cuerpo y a su vez tenga estilo y comodidad, una de las tendencias más mencionadas últimamente es el fashion fitness, que se trata de llevar la moda en tu ropa deportiva, grandes marcas como Adidas, Nike, puma; se arriesgan cada vez más con sus colecciones donde la mujer se puede enamorar de la feminidad que las marcas tienen para ellas.

Hoy las mujeres buscan no solo comodidad sino también diseño e innovación que les permitan verse bien con un estilo propio. “Actualmente las mujeres son muy exigentes y les interesa saber la mayor cantidad de detalles posibles acerca del producto. Es importante no fallarles, por eso consideramos que no basta que el producto tenga un buen fit, sino que también debe ser tendencia en materia de color y diseño”.

En Antioquia desde el año 2008, se implementa el clúster textil de confección y moda, este promueve la cultura de integración para fomentar la innovación y el desarrollo empresarial; donde las empresas pequeñas, medianas y grandes logran su acceso y reconocimiento en los mercados internacionales. Que empresas hacen parte del clúster de confección y moda; calzado, confección y moda; cosméticos y productos de aseo, cuero, joyería y bisutería, textil.

Las áreas que se trabajan en el clúster son: capacitación del RRHH, desarrollo de la cadena de valor, I+D+i, oferta de recursos humanos, promoción de la exportaciones, visión y estrategia; donde estas se unen logrando que los empresarios sea más innovadores y competitivos en sus diferentes ámbitos para lograr un reconocimiento y gran valor.

2.4 ANALISIS DEL MERCADO

DIAGNÓSTICO DEL MERCADO NACIONAL:

En Colombia en los últimos años se ha vivido un avance significativo en el sector textil, donde las nuevas tendencias e innovación tecnológica y la creatividad han logrado que empresas colombianas se pueda expandir a otros países.

En Colombia el sector textil es uno de los mercados con mayor atractivo extranjero, siendo catalogado como un sector atrayente de clase mundial con diferentes apoyos como son los clúster de confección textil y de moda, la cámara sectorial de la ANDI, inexmoda.

El sector textil y de confección en Colombia cuenta con mucha experiencia en la industria y de acuerdo a esto ha tenido reconocimiento mundial gracias a su calidad y diseños, apoyando los tratados de libre comercio entre países.

DIAGNÓSTICO DEL MERCADO HACIA EL CUAL QUIERO EXPORTAR:

ESTADOS UNIDOS, es un país al que en este tiempo, se puede llegar teniendo innovación y compromiso con la marca, ya que en Colombia se maneja lo que es el TLC “tratado de libre comercio” el que hace mucho más fácil la negociación y la exportación e importación para nuestro país basándose en las leyes de estados unidos para entrar la mercancía.

EN ESTADOS UNIDOS; ha ido ganando popularidad las fibras sintéticas en la ropa de mujer gracias a ser cómodas y livianas; es un mercado al que con alta calidad en las fibras y un gran valor agregado en la marca se puede triunfar ya su mercado textil en el ámbito del deporte es especializado para los deportistas y se enfocan poco en las personas que hace poco deporte o no hacen solo usan las prendas por comodidad.

LA POBLACIÓN EN CIFRAS

Población total: 323.127.513

Población urbana: 81,8%

Población rural: 18,2%

Densidad de la población: 35 hab. /km²

Población masculina (en %):49,2%

Población femenina (en %):50,5%

Crecimiento natural:

0,69%

Edad media: 37,8

MERCADO OBJETIVO:

El mercado internacional, es un ámbito al que estados unidos se enfoca muchas veces ya que para este país, lo primordial es el desarrollo y la expansión Estados Unidos tienen algo más de 300 millones de habitantes, lo que arroja una densidad demográfica de unos 31 h/km². .

Estados unidos es un mercado objetivo para BAELLA SPORT WEAR, ya que es un mercado donde el 97% de la ropa comprada en ese país es hecha fuera del país; ya que la producción nacional es muy escasa. Es un país donde entran mucha clase de países hacer tratados de libre comercio como son China, Vietnam, Indonesia, México y Colombia entre otros; américa latina es una fuente atractiva para estados unidos ya que es una población muy productiva.

A pesar que en estados unidos se viene implementando la producción debido a costos de transporte y debido al cambio constante del consumidor por estar en constante cambio, ha tenido que implementar el país la pronta moda donde la compañía toma la decisión de generar ventas más rápidamente.

ESTIMACIÓN DEL MERCADO:

La expansión que ha tenido en los últimos años Estados Unidos con América latina ha servido en la asociación de nuevos proyectos con empresas que apenas empiezan a surgir que trabajan de la mano con buena calidad e innovación y un ADN único, contribuyen un activo económico para afrontar con garantías de éxito el mercado de Estados Unidos.

CONSUMO APARENTE:

El consumidor de Estados Unidos se muestra muy abierto a adquirir productos extranjeros, en el mercado del deporte está muy estipulada la ropa deportiva solo para deportes especiales lo que hace que este país se abra aún más y se interese por las tendencias en ropa deportiva de otros países y cambie su mentalidad en las personas ya que en este tiempo el deporte es muy importante para la salud; lo que hace que su interés por las prendas cómodas y diseños traídos de otras partes hagan un espacio en su armario.

CONSUMO PRE CAPITAL:

En la actualidad los estadounidenses van muy de la mano con la ropa deportiva lo que ha logrado que el mercado deportivo sea valorizado en US\$44,000 millones, concentrándose en un perfil de consumidor que hace o no deporte físico pero le gusta estar cómodo para el uso diario.

Las grandes empresas como Nike, Adidas, puma, se especializan en deportes de alto rendimiento y dejan un gran nicho de mercado por fuera.

IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES DEL PRODUCTO / SERVICIO A NIVEL NACIONAL Y MERCADOS OBJETIVOS

Para importar:

UBICACIÓN DE LA SUBPARTIDA ARANCELARIA:

La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) es el único ente autorizado para determinar la clasificación arancelaria. Puede localizarla a través del arancel de aduanas y/o con la ayuda informal que brinda el Centro de Información.

REGISTRO COMO IMPORTADOR:

Para importar se debe pertenecer al Régimen Común, estar inscrito en Cámara de Comercio y tener Registro Único Tributario-RUT. Este es el único mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas y controladas por la DIAN.

ESTUDIO DE MERCADO:

Es necesario para conocer la factibilidad económica de la importación, analizando entre otros aspectos el precio del producto en el mercado internacional, costos de transporte internacional, costos de nacionalización y demás gastos a que hubiere lugar.

IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO:

Verifique la subpartida arancelaria para conocer los tributos aduaneros y consulte si, además, el bien está sujeto a vistos buenos e inscripciones previas ante entidades como Ministerio de Minas, Ministerio de Transporte, Ministerio de Agricultura, entre otras. En caso de requerirse registro de importación, se hace únicamente por medio electrónico en **www.vuce.gov.co**. El importador que utilice Agencia de Aduanas o Apoderado Especial deberá darle un poder firmado y enviárselo a esta empresa o persona para que lo registre en VUCE y el sistema lo habilite

PROCEDIMIENTO CAMBIARIO:

Existe la obligación de canalizar el pago a través de los intermediarios autorizados por la ley (bancos comerciales, corporaciones financieras, etc.). El importador debe girar al exterior las divisas correspondientes al pago de la importación, previo envío del formulario Declaración de Cambio N°.1

PROCESO DE NACIONALIZACIÓN:

Una vez se encuentre la mercancía en Colombia, se recomienda solicitar autorización para realizar una pre-inspección con anterioridad a la presentación de la declaración de Importación y demás documentos, especialmente cuando surjan dudas acerca de la descripción, números de serie o identificación o cantidad.

RETIRO DE LA MERCANCÍA:

Una vez cancelados los tributos aduaneros debe dirigirse al depósito donde se encuentre y presentar los siguientes documentos: factura comercial, lista de empaque, registro o licencia de importación, certificado de origen, declaración de importación, documento de transporte, declaración andina de valor de aduana, otros certificados o vistos buenos que se requieran según producto.

PARA EXPORTAR DESDE COLOMBIA

INSCRIPCIÓN COMO EXPORTADOR:

La inscripción en el Registro Nacional de Exportadores de Bienes y Servicios, así como la renovación o modificación de este, se puede realizar a través de la página del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Tiene una vigencia de un año.

CERTIFICADO DE ORIGEN:

Colombia tiene preferencias arancelarias que le permiten al exportador ser más competitivo, para acceder es importante el certificado que se obtiene en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de o desde su página. También puede obtener información de Procolombia. Debe contar con el Criterio o Determinación de Origen, un documento que certifica el cumplimiento de los requisitos de origen exigidos el cual se debe anexar como prueba documental y tiene una vigencia de 1 o 2 años.

BENEFICIOS PARA LOS EXPORTADORES:

Existen varios como la exención del impuesto al valor agregado para los servicios prestados en Colombia y que se utilicen exclusivamente en el exterior por empresas sin negocios o actividades en Colombia; la no aplicación de la retención en la fuente para los ingresos provenientes de exportaciones; el acceso a los servicios prestados por las entidades de Comercio Exterior; y la posibilidad de otorgamiento de créditos Bancoldex, entre otros.

TRÁMITES DE ADUANA:

La Sociedad de Intermediación Aduanera (SIA) es la única que puede llenar las formalidades aduaneras cuando la exportación supera los US\$ 2.000. Si la cifra es menor, el exportador podrá realizar directamente los trámites o utilizar servicios expresos de transporte (ej. FedEx, DHL). Para obtener la Declaración de Exportación se deberán adjuntar factura comercial, lista de empaque, registros sanitarios o vistos buenos, documento de transporte y otros documentos exigidos para el producto a exportar. Si los bienes son exportados, por ejemplo, vía marítima, en esta guía puede ver el paso a paso de una cotización y el armado de un envío. En este tutorial hay más detalles y tipos de contenedores disponibles.

REINTEGRO DE DIVISAS:

Los exportadores deberán efectuar la venta de las divisas a través de los intermediarios financieros autorizados. Para ello, deberá previamente diligenciar la declaración de cambio correspondiente y realizar la venta de las divisas a su intermediario cambiario.

2.5 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

COMPETENCIA DIRECTA:

BABALÚ: es una empresa colombiana, dedicada a la ropa deportiva vestidos de baño y ropa de ciclismo femenino, en método de expansión, donde trabajan con calidad e innovación. Su publicidad se basa en tiendas físicas llenas de color y estilo y en sus páginas también tiene varias formas de vender como es virtual con diferentes medios de pagos y también es posible descargar un catálogo para que las personas compre y vendan sus productos.

HIPPY CHICK: empresa colombiana enfocada en la moda deportiva para la mujer, esta empresa tiene una honda floral y muy femenina, cuenta con solo un punto de venta físico y sus canales de distribución como instagram y publicidad con modelos reconocidas.

COMPETENCIA INDIRECTA:

GEF: esta empresa tiene un recorrido de muchos años en el sector textil, tiene mucha variedad de prendas desde medias pasando por ropa interior y ropa deportiva, su publicidad tiene un estilo muy relajado y juvenil.

Utilizan:

Bono de Regalo de \$30.000, \$50.000 y \$100.000

Cupones

Promociones

Envío gratis por compras mayores a \$90.000

LILI PINK: es una empresa Colombia que empezó en el 2006 con ropa interior y ya en la actualidad tiene más de 50 franquicias e incorporó la ropa deportiva, su publicidad es muy femenina y llena de color y va a la par con la tendencia. Tiene tiendas páginas web por donde se compra y redes sociales, sus locales son reconocidos por el toque de feminidad que hay en ellos

Sus descuentos son:

Por compras superiores a 59.900 en la página web recibe un obsequio

Bonos de 30.000 y participa por un viaje

Ropa en rebajas con el 50% de descuento

LA BELLA MAFIA: la marca LBM es fundada en Brasil en el momento es un boom internacionalmente ya que cuenta con un toque de distinción ya que sus prendas son salidas de lo común, algunas se pueden utilizar para el deporte y el trabajo, esta marca es una de las líderes en sus ventas por la web en sus redes sociales. Sus publicaciones se basan en darle tips para entrenar para alimentación y de motivación a sus seguidores.

Sus descuentos:

A partir de \$169.000 el envío es gratis

5 % de descuento con bonos de la tienda

Puedes pagar con tarjeta de crédito hasta 6 cuotas

Si te inscribes a la página tendrás promociones únicas

COMPETENCIA POTENCIAL:

NIKE: esta gran empresa siempre busca calidad y satisfacción del cliente, manejan sus publicidades con la mayor fuerza, implementan mucha publicidad con atletas y modelos deportistas; sus descuentos por la página y en sus tiendas son prendas de colecciones pasadas con el 50 % de descuento, se puede pagar con tarjetas de crédito y siempre apuestan por la mejor fórmula de marketing deportivo: gran atleta, gran anuncio, gran anuncio.

ADIDAS: esta marca, es líder en calidad y diseño, siempre busca que el cliente tenga una experiencia única, siempre busca que se sienta cómodo e identificado con la marca, tiene muchas iniciativas para lograr impulsar el deporte esta marca es de deportistas y también viste personas que solo hacen deporte por salud se enfoca en muchos campos su publicidad es muy juvenil manejan desde ropa para bebés hasta prendas para adultos , manejan mucho lo último en tendencias y sus descuentos por la página son únicos; manejan un Outlet con descuentos desde el 10% hasta el 70% .

PUMA : es una empresa calificada con cuatro estrellas como una de las mejores, esta empresa se centra en el deporte donde uno de sus pilares es el fútbol y atletismo ; apuesta por la originalidad y creatividad , esta empresa ha sido líder en uniformes para futbolistas sus publicidades son impulsando siempre al deporte en colores que muestran una imagen acogedora y elegante de ver el deporte y sus descuentos son rebajas desde el 10% hasta el 50% en prendas, y bonos de acuerdo a las compras y la inscripción de la página.

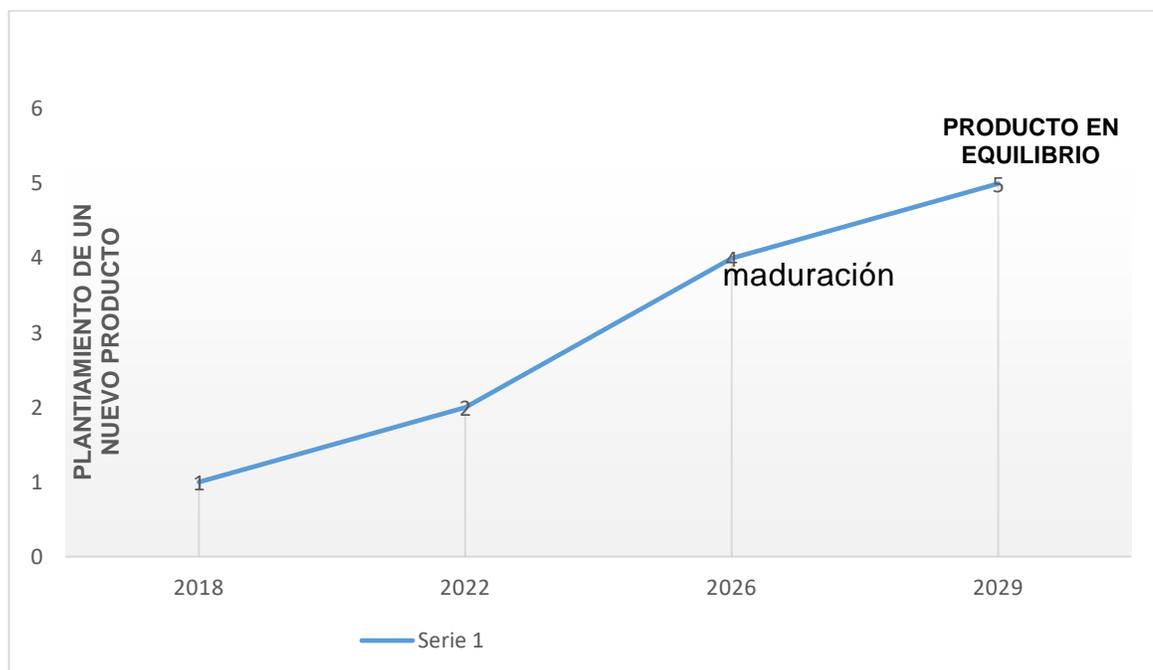
3. ESTRATEGIA DE MERCADO

3.1 CONCEPTO DEL PRODUCTO

En BAECLA SPORT WEAR, se enfoca en sacar un producto único donde la calidad es primordial y se reconocer por que trata de que el cliente se compenetre con la marca, los diseños son muy femeninos y los cortes son acordes a las siluetas de la mujer;

Con un instintivo único que es el olor en la prenda deportiva y la resistencia en las partes donde traspasa la sudoración implementando una técnica que es hacer que el sudor no penetre en esas partes.

Los diseños son creativos y permiten que la prenda sea diferente a las demás, se manejan diferentes tipos de tela para las prendas, donde las telas son de excelente resistencia y los sublimados de la mejor cálida, donde se garantiza que en sus lavados la prenda no se aclare o se dañe.



2018: crear producto definir perfil del consumidor y hacer todo su lanzamiento

2022: definir su ubicación y metodologías de hacer crecer más el producto

2026: ventas aumentadas, precios ajustables, la promoción del producto persuade al cliente. Ampliar canales de distribución

2029: tenemos estabilidad en ventas y ganancias, logramos que el producto ya este posicionado en el mercado y trabajar duro para mantenerlo en estabilidad y trabajar para mantenerlo al tope de la competencia

3.1.1 DESCRIPCIÓN BASICA

El primer producto es un enterizo

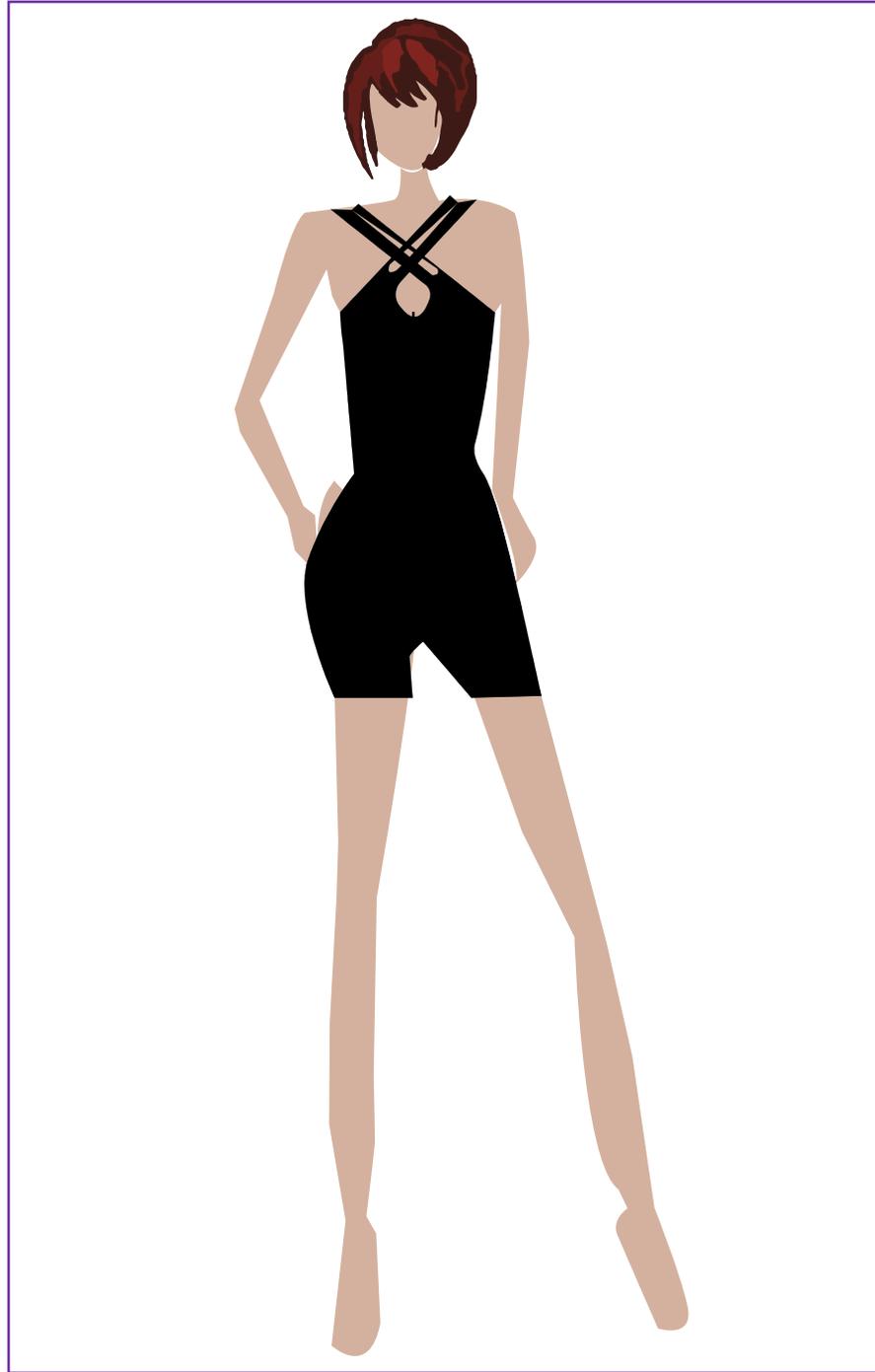
Con cortes en la parte frontal y combinación de telas va hasta el largo total de los pies y su espalda es completamente destapada; combinando dos tipos de telas

El segundo diseño se basa en un conjunto es un enterizo con un diseño frontal cruzado en short y lleva aparte una falda rotonda a medida

3.1.4



Autor: maría Alejandra Ospina Restrepo fecha 20/05/2018



Autor: maría Alejandra Ospina Restrepo fecha: 20/05/2018

3.1.5 EMPAQUE

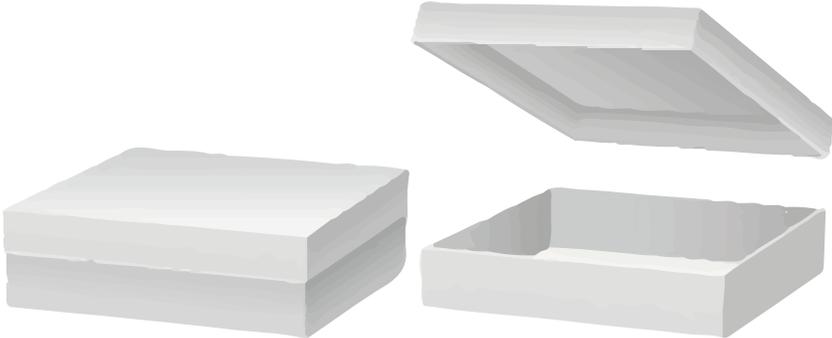


30 x 22



30 x 22

3.1.7 EMBALAJE





Talla M

Elaborado por
María Alejandra Ospina Restrepo
país de origen Colombia



Autor: María Alejandra Ospina Restrepo fecha: 20/05/2018

3.2 DISTRIBUCIÓN

Servientrega:

Interrapidísimo: contra entrega

3.2.1 QUE CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Tienda física

Redes sociales como:

Página web

Instagram

Facebook

Ventas al detal y mayorista

3.2.2 MÉTODOS DE DESPACHO Y TRANSPORTE

Definir la necesidad del cliente en cuanto el pedido

Verificar la existencia de la mercancía solicitada

Reservar los productos, revisarlos y empacarlos de acuerdo al pedido

Empacar en el embalaje con los documentos, facturas o remisiones de a dónde se dirige

Almacenaje para despacho directo por parte del fabricante

3.2.3 COSTOS DE TRANSPORTE Y SEGURO

Servientrega centro de soluciones

TIEMPOS DE ENTREGA	LIQUIDACIÓN	TRAYECTOS			
		NACIONAL	ZONAL	URBANO	T. ESPECIAL
NORMAL	KILO INICIAL	\$ 8.900	\$ 4.700	\$ 3.800	\$ 14.900
	KILO ADICIONAL	\$ 2.300	\$ 1.800	\$ 1.600	\$ 5.800
HOY MISMO	KILO INICIAL	\$ 22.500	\$ 11.000	\$ 8.400	N/A
	KILO ADICIONAL	\$ 7.900	\$ 3.700	\$ 3.600	N/A

TCC cumple

ZONAS	1KL	2KL	3KL	4KL	5KL	% DEL FLETE DEL MANEJO
URBANAS	\$ 7.100	\$ 9.300	\$11.500	\$13.750	\$15.950	0,6%
REGIONALES	\$9.100	\$12.400	\$15.750	\$19.000	\$22.350	1.0%
RURALES	\$16.150	\$21.700	\$27.250	\$32.750	\$38.350	1,0%

3.2.4 POLÍTICA DE INVENTARIO DE PRODUCTO TERMINADO

La política de inventario está regida por el método PEPS (primero en entrar, primero en salir); ya que con este método se hace una evaluación ordenada cronológicamente, con el fin de lo que se produzca primero en la empresa logre ser sacado con mayor rapidez

3.3 PRECIOS

PRECIOS DETAL

Camisa deportiva: \$ 50.000
Conjunto deportivo: \$150.000
Enterizos en falda o pantalón: \$190.000
Conjuntos de tres piezas con
Chompa: \$ 250.000
Accesorios diferentes desde:
\$10.000 hasta
\$80.000

Babalú

PRECIOS DETAL

Camisa deportiva o short: \$ 60.000
Conjunto deportivo: \$160.000
Enterizos en falda o pantalón: \$200.000
Conjuntos de tres piezas con
Chompa: \$ 280.000
Accesorios diferentes desde: \$10.000
Hasta \$100.000

3.4.1 DESCUENTOS POR VOLUMEN O PRONTO PAGO

Las prendas deportivas de BAELLA SPORT WEAR, y sus descuentos se manejan así:

El 10% en precios al detal

El 20% por pronto pago sea plan separe o crédito

El 30% comprando al por mayor más de 6 prendas

3.4.2 MANEJO DE CLIENTES ESPECIALES

Mandar un detalle el día de su cumpleaños

Incluir un obsequio en sus órdenes

Ofrecer envíos sin costo

Tarjeta de descuento a clientes VIP

Obsequiar una prenda de nueva colección

Siempre en redes sociales destacar su compra en nuestra tienda

3.4.4 PROMOCIONES DE COMPRA

Por tu primera compra al por mayor puedes llevar gratis un accesorio

Venta por consignación

Por tus compras superiores a \$100.000 obtén el 10% de descuento en nuestros gimnasios aliados

Si tus compras son más de 2 en el mismo mes obtén el siguiente mes el 50% de descuento en tu compra

Por compras superiores a \$ 500.000 llévate tu primera asesoría de nutrición y rutinas diarias por un mes con nuestro entrenador

3.5 COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

3.5.1



Maria Alejandra Ospina
diseñadora de modas
5076892

 *@alejandraosp30*

 *@Baella_sportwear*

Autor: María Alejandra Ospina Restrepo fecha: 20/05/2018



3.5.2 MEDIOS Y TACTICAS DE COMUNICACIÓN A UTILIZAR

Instagram se manejarán promociones cada final de mes y concursos regalando productos de la marca Baella sport wear y otras marcas aliadas; también se harán promociones para fechas especiales

Facebook está diseñado para montar la ropa en rebajas de colecciones pasadas a precios bajos

3.5.3 COSTOS DE LA ESTRATEGIA A UTILIZAR

Precios:

1000 tarjetas de presentación full color dos caras con brillo UV

\$50.000

Valla: contrato por 6 meses en vehiculó sea bus o carro con recorrido por todo Medellín es de \$2.000.000

Valla alquilada en punto focal pequeña tradicional \$850.000 por 6 meses

3.6 SERVICIOS

3.6.2 MECANISMO DE ATENCIÓN A CLIENTES

Buen ambiente y olor de la tienda de ropa

Siempre un saludo positivo de bienvenida con energía y una sonrisa

Mirar a los ojos al cliente y siempre con una modulación perfecta;

Suvenires para darles a los clientes de recuerdo de la tienda

3.7 PRESUPUESTOS DE LA MEZCLA DE MERCADOS

3.3.7

	LEGGINS	CAMISA	SHORT	
BABALÚ	\$ 120.000	\$ 70.000	\$ 50.000	
HIPPY CHICK	\$ 170.000	\$ 80.000	\$ 120.000	
TOTAL	\$ 290.000	\$ 150.000	\$ 170.000	
PRECIO ESTIMADO	\$ 96.667	\$ 50.000	\$ 56.667	
	TOP	ENTERIZO	CONJUNTOS	
BABALÚ	\$ 60.000	\$ 144.000	\$ 200.000	
HIPPY CHICK	\$ 75.000	\$ 220.000	\$ 290.000	
TOTAL	\$ 135.000	\$ 364.000	\$ 490.000	
PRECIO ESTIMADO	\$ 45.000	\$ 121.333	\$ 163.333	

1. REFERENCIA

Nombre de la colección: sport time

Línea de ropa: para gimnasio

Tipo de prenda manejada: leggins, camisa, short, top, enterizo, conjuntos

Numero de producción de cada prenda

Año actual de la colección: 2018

CODIGO DE REFERENCIA : SGL0018
CODIGO DE REFERENCIA : SGC0018
CODIGO DE REFERENCIA : SGS0018
CODIGO DE REFERENCIA : SGT0018
CODIGO DE REFERENCIA : SGE0018
CODIGO DE REFERENCIA : SGJ0018

Leggins: \$ 96.667

Camisa: \$ 50.000

Shorts: \$ 56.667

Top: \$ 45.000

Enterizo: \$121.333

Conjuntos: \$ 163.333

3.7

PRODUCTO	PRECIO	PLAZA	PROMOCIÓN
Variedad en prendas deportivas	Precios razonables	Telas compradas en tiendas sport totalmente colombianas de calidad	Merchandising
Calidad en acabados y telas	Descuentos cada mes del 10 %		Publicidad en redes sociales como Instagram
Servicios en asesoría de imagen	Descuentos por fechas especiales y colección nueva	Los productos baella sport wear , son hechos en Colombia	Facebook Ventas en página web Catalogo digital
Garantía de 2 meses en toda la ropa deportiva	Plan separe	Canales de distribución indirectos , donde se manejan redes sociales catálogos y tienen participación vendedores y mayoristas	Vallas publicitarias Cuñas radiales
Olores duraderos en tus prendas	Servicredito		Programar integraciones con clientes especiales
Control de humedad para los entrenamientos	Rebajas del 30% a clientes mayoristas Domicilios gratis después de \$300.000		

3.8 ESTRATEGIA DE APROVISIONAMIENTO DE MATERIAS PRIMAS

3.8.1 proveedor inicial de aprovisionamiento para baella sport wear, es Doto sport; donde hay un plazo de 40 días para cancelar la materia textil.

8.8.2 precios del proveedor de telas Doto sport; es de un metro \$ 35.000

Al por mayor tiene un 40 % de descuento en metro, donde su resultado queda en \$ 21.000 o se maneja el kilo de tela donde su costo sería de \$ 66.150 llevando 3.70 metros y rebajando sobre el 40 % del metro un 10 % en el saldo final del kilogramo.

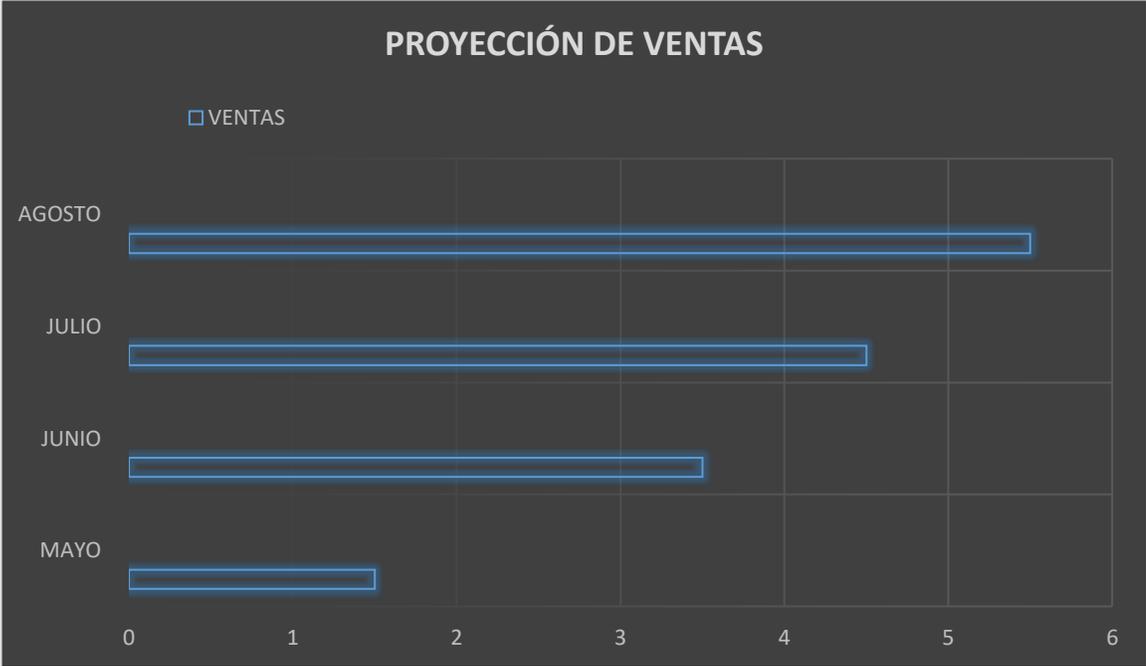
3.8.3 En un tiempo futuro; donde la empresa tenga una solvencia económica rentable se buscan créditos con empresas que le den a la empresa un equilibrio entre la rentabilidad y la facilidad de pago; donde se establezca un conjunto de elementos cuantitativos y cualitativos.

3.8.4 descuento de pronto pago realizados son:

Son 40 días de plazo para los pagos los primeros 10 días cancelado la factura se rebaja el 10% de su totalidad; en los 20 días siguientes se rebaja el 5 % en la factura y terminando los 30 días se hace una rebaja del 3 % de la totalidad de la factura.

3.8.5 Esta actividad incluye el registro y clasificación de las cuentas por antigüedad y categorías como son corriente , vencida y cuentas de difícil cobro que regularmente se maneja con plazos de 1 a 30 días,30 a 60 , 60 a 90 y más de 90 días.

3.9 PROYECCIÓN DE VENTAS



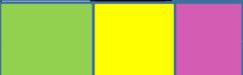
4 MODULO OPERATIVO

4.1 OPERACIÓN

REFERENCIA: SGE0018

NOMBRE DE LA PRENDA: ENTERIZO

DISEÑADORA: MARIA ALEJANDRA OSPINA RESTREPO FECHA: 16/05/2018

CODIGO	MATERIA PRIMA	DESCRIPCIÓN	CANT/UN	GAMA DE COLORES
SGE0018	tela principal	supplex	2.5 MT	
	Otras telas	Maya elástica	50 CM	
	Forros	supplex		
	Entretelas			

CODIGO	INSUMOS	DESCRIPCIÓN	CANT/UN	Orientación/ combinaciones
SGE0018	Marquilla	Marquilla sublimada en cintilla	1 unidades	Sublimado En contraste
SGE0018	Elástico	2cm de largo 10 de ancho	2x10 cm	Tono a tono
SGE0018	Etiqueta	Propalcotel	9.5 x 5.5	
TALLAS	PROPORCION	UNIDADES	PROCESOS	Olor
m	1	1	Sublimado	Impermeabilizado

REFERENCIA: SGJ0018

NOMBRE DE LA PRENDA: CONJUNTO FALDA

DISEÑADORA: MARIA ALEJANDRA OSPINA RESTREPO

FECHA: 16/05/2018

CODIGO	MATERIA PRIMA	DESCRIPCIÓN	CANT/UN	GAMA DE COLORES		
SGJ0018	tela principal	supplex	2.5 MT			
	Otras telas					
	Forros	supplex				
	Entretelas					

CODIGO	INSUMOS	DESCRIPCIÓN	CANT/UN	Orientación/ combinaciones	
SGJ0018	Marquilla	Marquilla sublimada en cintilla	2 unidades	Sublimado	En contraste
SGJ0018	Etiqueta	Propalcotel	9.5 x 5.5		
TALLAS	PROPORCION	UNIDADES	PROCESOS	Olor	
m	1	1	Sublimado	Impermeabilizado	

FICHA TECNICA ENTERIZO



FICHA TÉCNICA DE DISEÑO		LINEA			REFERENCIA:	
		FEMENINA	MASCULINA	INFANTIL	SGE0018	
DISEÑADOR:	maria alejandra ospina	DESCRIPCION :			ENTERIZO	FECHA:
MARCA.	BAELLA SPORT WEAR	UNIVERSO:			SPORT WEAR	16/05/2018
PROTOTIPO EN DISEÑO PLANO						
Incluye especificaciones técnicas, lupas y detalles.						
TALLAS:	SMALL / 8	MEDIUM / 10	LARGE / 12	TALLA BASE:	M	
		X				
OPCIONES DE COLOR	MEDIDAS:			CONTORNO DE PECHO	92 cm	
				CONTORNO DE CINTURA	64 cm	
				CONTORNO DE CADERA	90	
				ANCHO DE PECHO	32 cm	
				ANCHO DE ESPALADA	34 cm	
				LARGA DE TALLE	40 cm	
				LARGO DE HOMBRO	27 cm	
				LARGO DE LA CAMISA	44 cm	
			LARGO DE LA MANGA			



MATERIALES E INSUMOS

REFERENCIA/ NOMBRE DEL INSUMO	DESCRIPCIÓN DEL INSUMO	COLOR	UNIDAD DE MEDIDA	ANCHO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
SUPPLEX	TELA	BLANCO	2,5	1,3	2,5	\$ 35.000	\$ 87.500
MAYATEX	TELA	NEGRA	50 CM	1 MT	50 CM	\$ 12.000	\$ 12.000
RESORTE	LICRADO	BLANCO	10 CM	2 CM	10 CM	\$ 1.000	\$ 1.000
HILO	ALGODÓN	NEGRO	1	1	1	\$ 3.900	\$ 3.900
HILO	NAILON	NEGRO	1	1	1	\$ 3.500	\$ 3.500
							\$ 0
							\$ 0
							\$ 0
							\$ 0
COSTO TOTAL MATERIALES E INSUMOS							\$ 107.900

PROCESOS Y ACABADOS

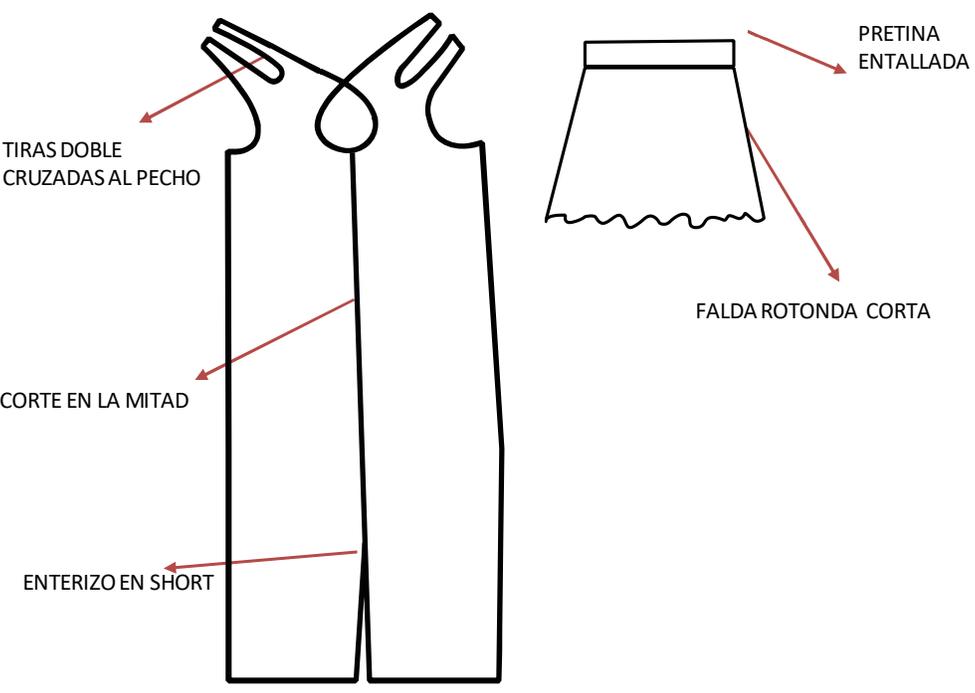
TIPO DE PROCESO	PROVEEDOR	DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
SUBLIMACIÓN	SUBLIMADOS M.A	SUBLIMACION DE TELA	2,5	\$ 6.000	\$ 15.000
OLOR	TANIA FRAGANCIAS	APLICACIÓN DE FRAGAN	1	\$ 10.000	\$ 10.000
IMPERMEABILIZACIÓN	PASCUAL BRAVO	APLICACIÓN DE QUIMICO	1	\$ 0	\$ 0
					\$ 0
					\$ 0
					\$ 0
COSTO TOTAL PROCESOS Y ACABADOS					\$ 25.000
COSTO TOTAL PRENDA (en producción)					\$ 132.900
COSTO DE LA PRENDA CON MARGEN UTILIDAD					\$ 265.800

ESPECIFICACIONES DE CONFECCIÓN

TIPO DE OPERACIÓN	MÁQUINA	FOLDERS O GUIAS	PUNTADAS / PULGADA	TIPO HILO / HILAZA	CLASE DE AGUJA	NÚMERO DE AGUJA
UNIR COSTADO	FILETEADORA	AGUJA	5	NAIL-AL	BAILPOINT	65/9
COLOCAR RESORTE	FILETEADORA	AGUJA	6	NAIL-AL	BAILPOINT	65/9
UNIR CENTRO DE LEGUIN	FILETEADORA	AGUJA	5	NAIL-AL	BAILPOINT	65/9
UNIR COSTADO	FILETEADORA	AGUJA	5	NAIL-AL	BAILPOINT	65/9
PEGAR FALSO DE POSTE	FILETE - PLANA	AGUJA	5	NAIL-AL	BAILPOINT	7
PEGAR POST CON INF	FILETE -PLANA	AGUJA	6	NAIL-AL	BAILPOINT	7
PEGAR SESGOS	RECUBRIDORA	AGUJA	6	NAIL-AL	BAILPOINT	6
HACER REDUEDOS	RECUBRIDO	AGUJA	6	NAIL-AL	BAILPOINT	6

FICHA TÉCNICA DE DISEÑO				
No.	SIMBOLO	PROCESO	MÁQUINA	TIEMPO EN MINUTOS
1	#	PEGAR COSTADO DERECHO	FILETEADORA	3
2	#	PEGAR CENTRO DE LEGUINS	FILETEADORA	2
3	#	PEGAR RESORTE EN PRETINA DEL PANTA	FILETEADORA	4
4	#	PEGAR COSTADO IZQUIERDO	FILETEADORA	3
5	&	UNIR FALSO A PARTE DELANTERA DE CAM	FILETEADORA- PLANA	7
6	&	UNIR CORTES POSTERIORES	FILETEADORA _ PLANA	10
7	#	PEGAR SENGOS	RECUBRIDORA	9
8	"	COSER REUDOS	RECUBRIDO	5
9		TOTAL TIEMPO DE CONFECCION		43

FICHA TECNICA CONJUNTO:

					
FICHA TÉCNICA DE DISEÑO		LINEA			REFERENCIA:
		FEMENINA	MASCULINA	INFANTIL	SGJ0018
		X			
DISEÑADOR:	maria alejandra ospina	DESCRIPCION :	CONJUNTO	FECHA:	16/05/2018
MARCA.	BAELLA SPORT WEAR	UNIVERSO:	SPORT WEAR		
PROTOTIPO EN DISEÑO PLANO					
Incluye especificaciones técnicas, lupas y detalles.					
					
TALLAS:	SMALL / 8	MEDIUM / 10	LARGE / 12	TALLA BASE:	M
		X			
OPCIONES DE COLOR				MEDIDAS:	
				CONTORNO DE PECHO	92 cm
				CONTORNO DE CINTURA	64 cm
				CONTORNO DE CADERA	90
				ANCHO DE PECHO	32 cm
				ANCHO DE ESPALADA	34 cm
				LARGA DE TALLE	40 cm
				LARGO DE HOMBRO	8 cm
				LARGO DE LA CAMISA	44 cm
			LARGO DE LA MANGA	8 cm	
			LARGO DE FALDA	45 cm	



MATERIALES E INSUMOS

REFERENCIA/ NOMBRE DEL INSUMO	DESCRIPCIÓN DEL INSUMO	COLOR	UNIDAD DE MEDIDA	ANCHO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
SUPPLEX	TELA	BLANCO	2,5	1,3	2,5	\$ 35.000	\$ 87.500
HILO	ALGODÓN	BLANCO	1	1	1	\$ 4.000	\$ 4.000
HILO	NAILON	BLANCO	1	1	1	\$ 3.000	\$ 3.000
HILO	NAILON	NEGRO	1	1	1	\$ 3.900	\$ 3.000
							\$ 0
							\$ 0
							\$ 0
							\$ 0
							\$ 0
COSTO TOTAL MATERIALES E INSUMOS							\$ 97.500

PROCESOS Y ACABADOS

TIPO DE PROCESO	PROVEEDOR	DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
SUBLIMACIÓN	SUBLIMADOS M.A	SUBLIMACION DE TELA	2,5	\$ 6.000	\$ 15.000
OLOR	TANIA FRAGANCIAS	APLICACIÓN DE FRAGAN	2	\$ 10.000	\$ 20.000
IMPERMEABILIZACIÓN	PASCUAL BRAVO	APLICACIÓN DE QUIMICO	2	\$ 0	\$ 0
					\$ 0
					\$ 0
					\$ 0
COSTO TOTAL PROCESOS Y ACABADOS					\$ 35.000
COSTO TOTAL PRENDA (en producción)					\$ 132.500
COSTO DE LA PRENDA CON MARGEN UTILIDAD					\$ 265.000

ESPECIFICACIONES DE CONFECCIÓN

TIPO DE OPERACIÓN	MÁQUINA	FOLDERS O GUIAS	PUNTADAS / PULGADA	TIPO HILO / HILAZA	CLASE DE AGUJA	NÚMERO DE AGUJA
UNIR COSTADO SHORT	FILETEADORA	AGUJA	5	NAIL-AL	BAILPOINT	65/9
UNIR CENTRO DEL SHOR	FILETEADORA	AGUJA	6	NAIL-AL	BAILPOINT	65/9
UNIR TRASERO Y DELAN	FILETEADORA	AGUJA	5	NAIL-AL	BAILPOINT	65/9
UNIR COSTADO	FILETEADORA	AGUJA	5	NAIL-AL	BAILPOINT	65/9
SESGAR TIRAS	RECUBRIDORA	AGUJA	5	NAIL-AL	BAILPOINT	7
PEGAR TIRAS	PLANA	AGUJA	6	NAIL-AL	BAILPOINT	7
HACER REDUEDOS	RECUBRIDORA	AGUJA	6	NAIL-AL	BAILPOINT	6

FICHA TÉCNICA DE DISEÑO				
No.	SIMBOLO	PROCESO	MÁQUINA	TIEMPO EN MINUTOS
1	#	PEGAR COSTADO DERECHO DEL SHORT	FILETEADORA	4
2	#	PEGAR CENTRO DE SHORT	FILETEADORA	8
3	#	PEGAR COSTADO IZQUIERDO	FILETEADORA	7
4	&	UNIR PARTE SUPERIOR	FILETEADORA	8
5	j	SESGAR TIRAS	RECUBRIDORA	10
6	&	UNIR CORTES POSTERIORES	FILETEADORA	5
7	"	COSER REUDOS	RECUBRIDORA	5
8				5
9		TOTAL TIEMPO DE CONFECCION		52

HOJA DE COSTOS**REFERENCIA:** SGE0018**FECHA:** 16/05/2018**RESPONSABLE:** MARIA ALEJANDRA OSPINA RESTREPO

TALLAS : M		
PROCESOS	PROVEEDOR	VR.TOTAL
TRAZO Y CORTE	M. ALEJANDRA O	0
FUSIONADO		
PRECONFECCIÓN	LUCIA MORENO	10.000
CONFECIÓN	LUCIA MORENO	25.000
TERMINACIÓN	LUCIA MORENO	50.000
	SUBTOTAL	85.000

MATERIA PRIMA	NOMBRE	PROVEEDOR	CONS/UN	VR/UN/ME D	VR. TOTAL
TELA PRINCIPAL	SUPPLEX	DOTO SPORT	35.000	2.5.M T	\$70.000
FORROS	SUPPLEX	DOTO SPORT	35.000	50 CM	\$17.500
COMPLEMENTO	BOLSILLO	DOTO SPORT	35.000	10X5 CM	\$ 0
OTRAS					
MARQUILLAS	CINTA ILUCIÓN	SUBLIMADOS M.A	2.000	3 UNID	\$6.000
TALLA					
INSTRUCCIÓN DE LAVADO	PROPAL CONTE	LITOGRAFIA ALEJANDRA	1.000	3 UNID	\$3.000
COMPOSICIÓN	LICRA POLIESTER	DOTO SPORT			
ETIQUETA	PROPAL CONTEL	LITOGRAFIA ALEJANDRA	5.000	1 H.J TBLO	\$5.000
STIKER	PAPEL PEGANTE	LITOGRAFIA ALEJANDRA	2.000	1 H. J	\$2.000
BOLSA	PLASTICO	PASTICO S.A	2.000	20 UNID	\$2.000

EMBALAJE	CARTON	LITOGRAFIA ALEJANDRA	200	4	\$800
			SUBTOTAL		106.300
			TOTAL		191.300
COSTOS FIJOS					
COSTO TOTAL					
PRECIO D LISTA					
PRECIO PUBLICO					

4.2 PLAN DE COMPRAS

El orden por su parte se refiere al hecho de ordenar los elementos en la página o producto, lo cual va muy ligado a la **jerarquización**: ordenar exige establecer unas preferencias. Esto lleva a su vez en parte a la proporción ya que al final siempre existe relación entre los diferentes conceptos. Incluso en el caso de querer mostrar una idea de 'desorden' es aconsejable seguir ciertos parámetros que no dejen la colocación de los elementos nunca plenamente en aleatorio.

En la estructura visual juegan un papel relevante la percepción, en ese sentido el diseño tiene la necesidad de adecuarse a una serie de exigencias técnicas o de la información y no solo a conceptos estéticos. Así pues se vuelve muy importante pensar antes de diseñar variables como a qué público nos estamos dirigiendo, dónde se va a ver el diseño o cuánto tiempo habrá para ello antes de generar la estructura visual y desarrollar su contenido.

4.3 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Una **ficha técnica, hoja técnica u hoja de datos** , también ficha de características u hoja de características, es un documento que resume el funcionamiento y otras características de un componente (por ejemplo, un componente electrónico) o subsistema (por ejemplo, una fuente de alimentación) con el suficiente detalle para ser utilizado por un ingeniero de diseño y diseñar el componente en un sistema.

Comienza típicamente con una página introductoria que describe el resto del documento, seguido por los listados de componentes específicos, con la información adicional sobre la conectividad de los dispositivos. En caso de que haya código fuente relevante a incluir, se une cerca del extremo del documento o se separa generalmente en otro archivo.

Las fichas técnicas no se limitan solo a componentes electrónicos, sino que también se dan en otros campos de la ciencia, como por ejemplo compuestos químicos o alimentos.

Datos del fabricante

Número y denominación

Lista de formatos con imágenes y códigos

Propiedades

Breve descripción funcional, Esquema de conexiones.

Habitualmente es un anexo con Indicaciones detalladas.

Tensión de alimentación, consumo.

Condiciones de operación recomendadas

Tabla de especificaciones,

Medidas

Circuito de prueba

Información sobre normas de seguridad y uso.

TALLAS : M

PROCESOS	PROVEEDOR	VR.TOTAL
TRAZO Y CORTE	M. ALEJANDRA O	0
FUSIONADO		
PRECONFECCIÓN	LUCIA MORENO	10.000
CONFECIÓN	LUCIA MORENO	25.000
TERMINACIÓN	LUCIA MORENO	50.000
	SUBTOTAL	85.000

MATERIA PRIMA	NOMBRE	PROVEEDOR	CONS/UN	VR/UN/MED	VR. TOTAL
tela principal	supplex	doto sport	35.000	2.5.mt	\$70.000
forros	supplex	doto sport	35.000	50 cm	\$17.500
complemento	bolsillo	doto sport	35.000	10x5 cm	\$ 0
otras					
marquillas	cinta ilusión	sublimados m.a	2.000	3 unid	\$6.000
talla					
instrucción de lavado	propalconté	litografía Alejandra	1.000	3 unid	\$3.000
composición	licra poliéster	doto sport			
etiqueta	propal coctel	litografía Alejandra	5.000	1 hoja tblo	\$5.000
strikes	papel pegante	litografía Alejandra	2.000	1 h. j	\$2.000
bolsa	plástico	Pastico s. A	2.000	20 unid	\$2.000
embalaje	cartón	litografía Alejandra	200	4	\$800
			subtotal		106.300
			total		191.300
costos fijos					
costo total					
precio d lista					
precio publico					

4.4 INFRASTRUCTURA

ELEMENTOS
MAQUINA FILETEADORA
MAQUINA PLANA
RECUBRIDORA
TIJERAS
METRO
JUEGO DE REGLAS
LAPICES
COMPUTADOR
CELULAR
IMPRESIONES
FRAGANCIA
TELAS
MESA DE CORTE
TIZA DE ROPA
HILOS
NIYLON

5. MODULO ORGANIZACIONAL

5.1 DOFA

FORTALEZAS:

Diseños creativos, llenos de color y vida, elaborados con técnicas de moldería que marque la silueta, con acabados textiles diferentes; variedad de textiles y colores.

Diseños próximos a las necesidades de cada cliente

Alianzas estratégicas con los gimnasios en la ciudad

Alto nivel de investigación a los avances nuevos

Perspectivas a largo plazo

OPORTUNIDADES

Ser partícipes en la industria deportiva

Ser una empresa líder a nivel mundial

Crecimiento a nivel de acabados y procesos químicos para deportivos

DEBILIDADES

Inseguridad por invertir capital

Poca Experiencia en el tema deportivo

Falta de competitividad

Incremento de materias primas y materiales

Falta de tratados internacionales y ayudas para posicionarse en el mercado exterior

AMENAZAS

Malas decisiones

Miedo al cambio por parte de los clientes

Precios más bajos de parte de la competencia

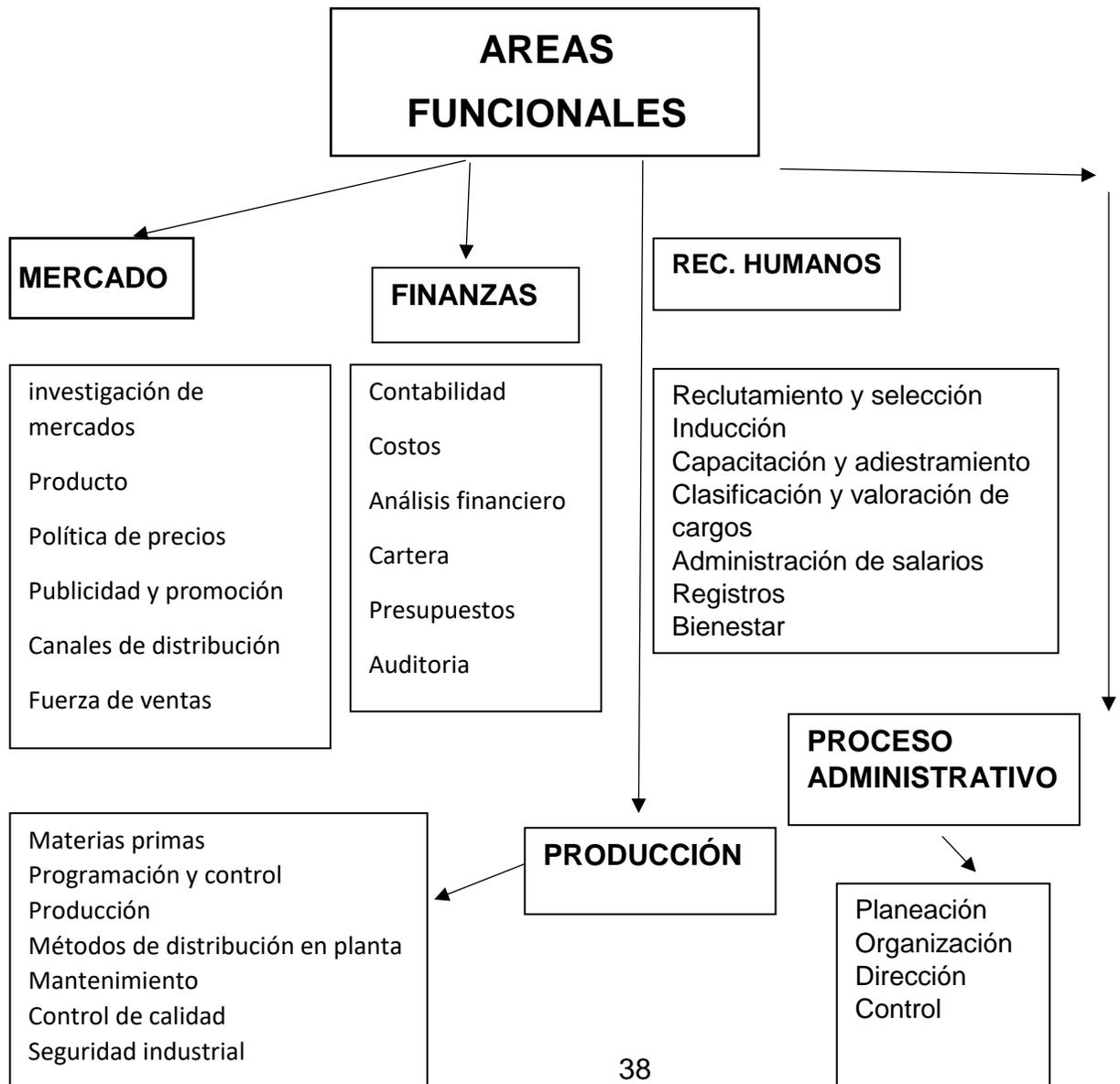
Imitaciones del producto

Alta competencia del mercado

5.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL

FUNCIONES BÁSICAS DE LA EMPRESA Y SUS PROCESOS



5.3 PERSONA NATURAL:

Puede ejercer todos los derechos y obligaciones de una empresa a su nombre; es responsable personalmente de las deudas y obligaciones de una empresa.

Funciona con el RUT de persona natural y está formada por una sola persona, no requiere demostrar capital para emprender su actividad y puede funcionar como empresa individual o microempresa familiar

PERSONA JURIDICA:

La empresa asume todos los derechos y obligaciones de la misma; las deudas u obligaciones se limitan a los bienes de la misma empresa, puede ser formada por una o varias personas, tanto naturales como jurídicas.

Requiere un capital de dinero o bienes, para su constitución, puede funcionar como sociedad responsable limitada, sociedad colectiva, sociedad comanditaria o empresa individual de responsabilidad limitada (E.I.R.L) Entre otras.

SALARIO MINIMO 2018.

\$781.242(incremento del 5.9%)

Subsidio de transporte \$88.211(incremento del6.1%)

Salario más subsidio \$ 869.453

Valor día: 26.042

Hora ordinaria \$ 3255.18

Hora extra nocturna Ord. \$4394.49 (135%)

Hora extra diurna \$406898(125%)

Hora extra nocturna \$5696.57 (175%)

Hora nocturna festiva \$ 6835.88 (210%)

Valor de 8 horas 26.041

Valor día 12 horas \$39.062

Valor noche 12 horas \$49.316(3 diurnas y 9 nocturnas)

Valor noche sábado /domingo \$69.174 (3+3+2+4)

Valor domingo diurno 12 h \$ 71.615(8+4)

Valor noche festiva 12 h \$ 83.822(4+4+4)

Valor noche a lunes Ord 12 h \$ 63.965(3+3+6)

Transporte \$ 88.211

Quincena \$ 44.105.5

Día 29400

5.4 COSTOS ADMINISTRATIVOS

GASTOS PERSONALES

Sueldos administrativos: \$ 869.453
Prestaciones sociales (53%): \$ 869.453 por año laborado
Seguros: \$ 31.200
Papelería: \$ 50.000
Servicios: \$150.000
Arrendamiento: \$ 1.000.000
Transporte: \$ 100.000
Impuestos: \$ 500.000
Reserva legal: 10%
Total: 3.470.106

GASTOS APRUEVA DE MARCHA

Mano de obra directa e indirecta: \$ 500.000
Marquillas: 90.000
Insumos: \$ 300.000
Computador: 1.500.000
Paneles de madera: 500.000
Maniquís: \$ 50.000
Mesas: \$ 300.000
Caja registradora: \$ 400.000
Cámaras de seguridad: \$ 700.000

Sillas: \$ 70.000

Espejos: \$ 50.000

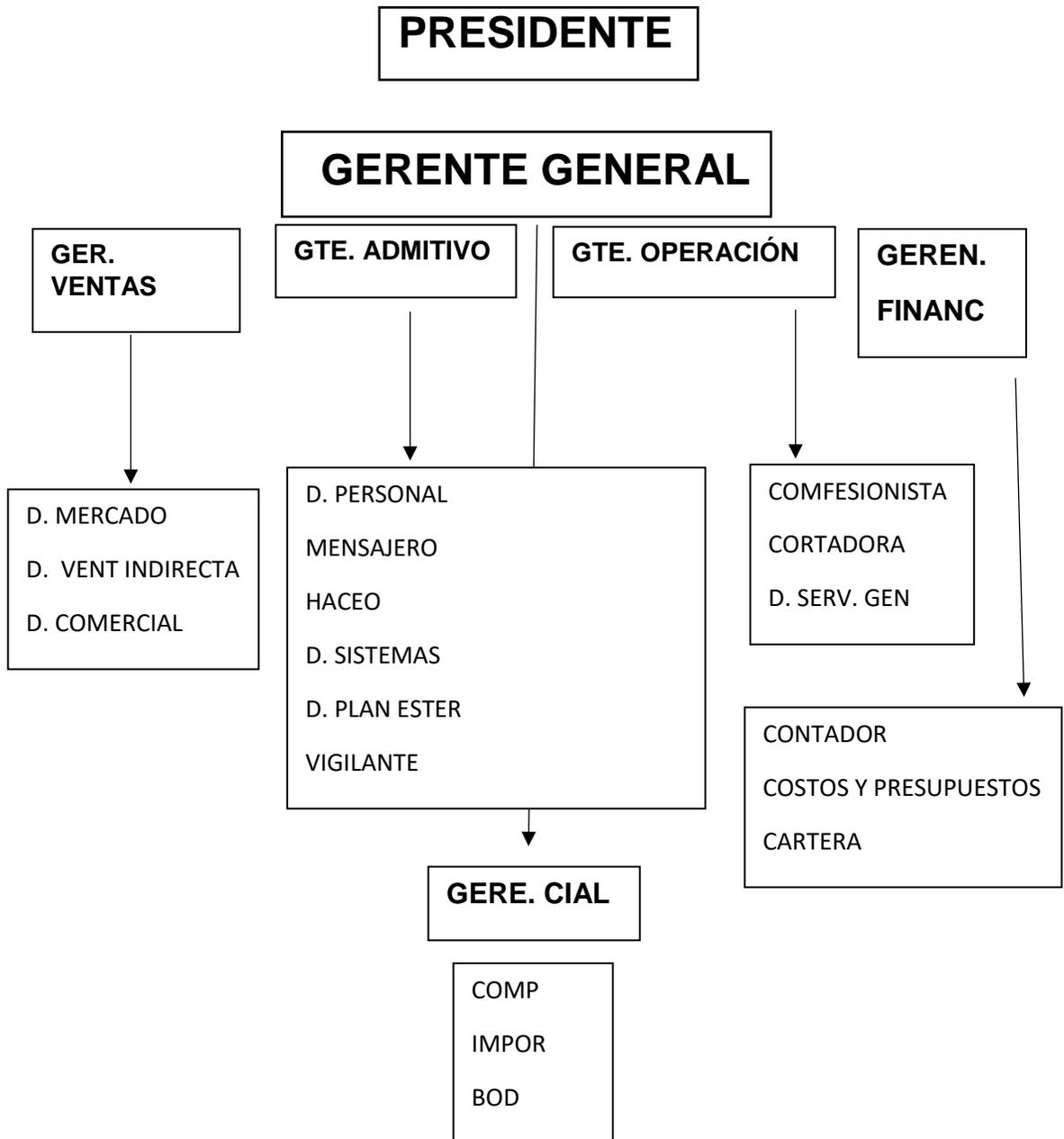
Sonido: \$ 250.000

Transporte de producto: \$ 90.000

Total: \$ 4.800.000

COSTOS ANUALES: 3'870.106

ESTRUTURA ORGANIZACIONAL



6. MODULO FINANCIERO

6.1 En finanzas se entiende por **flujo de caja**; los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado.

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

El estudio de los flujos de caja dentro de una empresa puede ser utilizado para determinar:

Problemas de liquidez. El ser rentable no significa necesariamente poseer liquidez. Una compañía puede tener problemas de efectivo, aun siendo rentable. Por lo tanto, permite anticipar los saldos en dinero.

Para analizar la viabilidad de proyectos de inversión, los flujos de fondos son la base de cálculo del valor actual neto y de la tasa interna de retorno.

Para medir la rentabilidad o crecimiento de un negocio cuando se entienda que las normas contables no representan adecuadamente la realidad económica.

Flujos de caja operacionales: efectivo recibido o expendido como resultado de las actividades económicas de base de la compañía.

Flujos de caja de inversión: efectivo recibido o expendido considerando los gastos en inversión de capital que beneficiarán el negocio a futuro. (Ej.: la compra de maquinaria nueva, inversiones o adquisiciones.)

Flujos de caja de financiamiento: efectivo recibido o expendido como resultado de actividades financieras, tales como recepción o pago de préstamos, emisiones o recompra de acciones y/o pago de dividendos.

Se le llama **estado** financiero o estado contable a un tipo de **informe o registro de tipo formal que suelen utilizar las empresas**, personas y entidades, para tener constancia de las diferentes actividades económicas que realizan las mismas, además de las distintas modificaciones que en un periodo determinado puede presentar.

Los estados financieros **suelen ser utilizados por los socios**, propietarios y acreedores para estar al tanto del desempeño de su **empresa** y la situación económica en la que se encuentre.

Para que la información contenida en un estado contable sea considerada como correcta y veraz, debe cumplir con ciertos parámetros como por ejemplo, debe ser confiable, lo que significa que debe ser de carácter prudente y neutral. **Lo que se plasme en el documento debe ser de fácil entendimiento para cualquier persona**, se puede implementar el uso de notas de ser necesario, con el fin de hacer más fácil la comprensión de temas complejos. La estructura debe seguir las normas contables, para que de esa forma se pueda comparar la información con diferentes periodos y organizaciones.

Los estados financieros pueden ser requeridos de forma obligatoria por el Estado, entre los más comúnmente exigidos se encuentran los siguientes:

Estado de flujo de caja: éste se encarga de brindar la información necesaria con respecto a los **movimientos de efectivo** de la organización o empresa dentro de una economía o mercado determinado, además también puede indicar los egresos, ingresos y los **fondos** disponibles hasta la fecha.

Balance de situación o balance general: brinda información clara sobre un espacio de **tiempo** determinado, acerca de los activos, pasivos y fondos propios que posee una organización, persona o empresa, dentro del periodo en que se realizó el balance. Normalmente, el **balance general** suele realizarse una vez por año.

Estado de cambio de patrimonio: muestra cada detalle con respecto a los aportes realizados por los socios, la utilización de las ganancias obtenidas en los periodos anteriores y la distribución de de la misma, es decir, señala de forma separada el patrimonio de las organizaciones o personas.

Estado de resultados: indica de forma detallada y ordenada como se adquirieron los ingresos, ganancias, gastos y pérdidas de una institución en un periodo de tiempo determinado, en él se incluyen **cuentas transitorias** y nominales.

Notas de los estados financieros: son aquellas que se encargan de explicar información de carácter relevante, que quizás puedan ser difíciles de comprender e interpretar.

6.2 EGRESOS

Dólar

21 de mayo del 2018

\$ 2.925.67

20 de mayo del 2018

\$ 2.925.67

19 de mayo del 2018

\$ 2.925.67

Euro

17 de mayo del 2018

Cop \$ 3.390.00

16 de mayo del 2018

Cop \$ 3.407.00

15 de mayo del 2018

Cop \$ 3.388.26

6.3 CAPITAL DE TRABAJO

\$ 3.470.106

7. PLAN OPERATIVO CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

SEMANAS									
PUBLICIDAD DE LA EMPRES	■								
DIAGNOSTICO DE CLIENTES		■							
ORG. PROCES. PRODUCTI	■								
ELAB. ESTRA. D VENTAS			■						
SACAR COSTOS Y PRESUPU				■	■				
ESTUDIO LOGISTICO						■			
RECURSOS HUMANOS	■								
EVALUACION Y EJECUCION							■		

METAS SOCIALES:

Baella sport wear como proyecto social busca enfocarse en darle oportunidad de trabajo a madres cabeza de familia y estudiantes con proceso en prácticas empresariales ya que son dos ámbitos de los que pocas empresas buscan consolidar, baella sport wear tendrá un impacto económico y social al buscar mujeres desempleadas a que se mezclen al núcleo de nuestra empresa y facilitarles su solvencia económica; en lo regional Medellín tiene muy pocas empresas que piensan en la mujer cabeza de familia y les da la oportunidad de trabajar con poca experiencia lo que ayudaría a Medellín a ir a la vanguardia y pensar en la mujer paisa que asume retos.

3.6.1 ENCUESTA:

1 ¿Qué marca de ropa deportiva prefiere?

Nike Adidas, babalu _____

2 ¿Por qué prefiere esta marca de ropa?

Calidad, comodidad, diseño

3 ¿si la ropa deportiva le diera la oportunidad de escoger un olor singular, cual te gustaría?

a) Floral b) dulce c) cítrico

4 ¿a usted que métodos de pago le gustaría al momento de hacer su compra?

a) Plan separate b) tarjeta de crédito c) contado

5 ¿Qué precios estaría dispuesto a pagar por una prenda deportiva de calidad?

a) \$ 50.000 y \$ 80.000 b) \$ 80.000 y \$ 110.000 c) \$ 110.000 y \$ 150.000

6 ¿a usted como le gustan los diseños en las prendas deportivas?

a) Enterizos b) faldas c) leguis

7 ¿Qué colores prefiere cuando compra ropa deportiva?

a) Pasteles b) neutros c) diferentes tonos combinados

8 ¿Qué estampados prefiere?

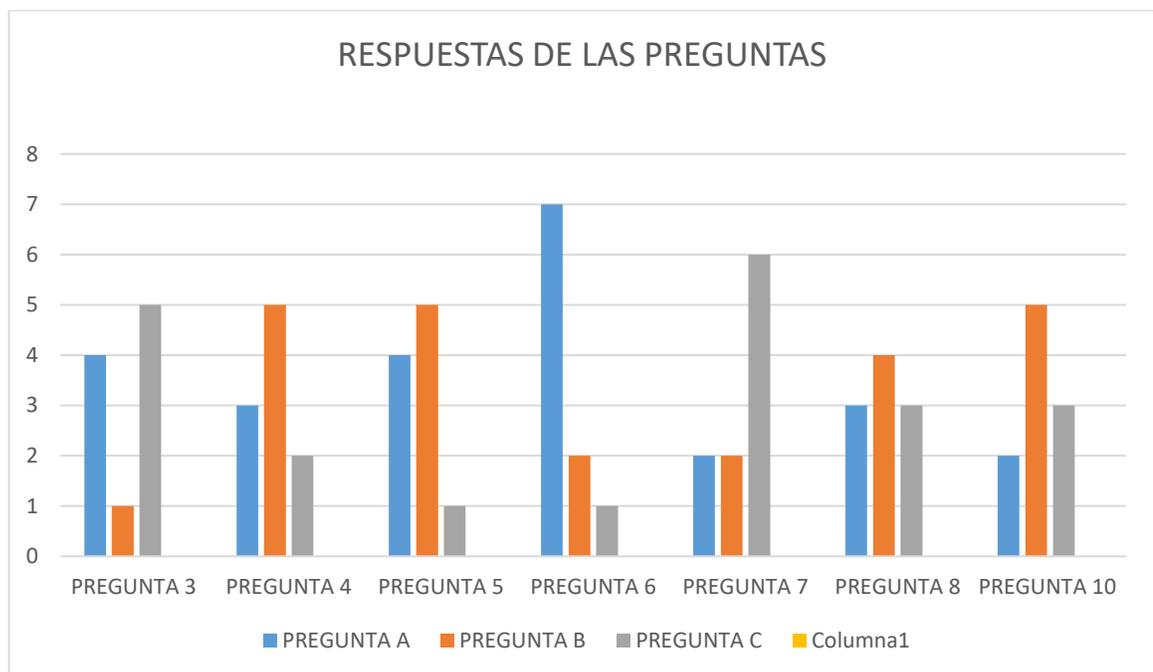
a) Florales b) tribales c) gráficos

9 ¿a usted le gustaría que BAELLA SPORT WEAR, lanzara con su línea de ropa deportiva complementos para tus outfits? ¿Cuáles te gustaría?

Riñoneras, bolsos, accesorios

10 ¿Por qué medio le gusta comprar?

a) Catalogo b) tienda física c) redes sociales



ENLACES

<http://www.ejemplos.co/10-ejemplos-de-objetivos-generales-y-especificos/>

<https://definicion.de/asequible/>

<http://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/mercado-de-ropa-deportiva-competencia-en-colombia/243945>

<https://babalufashion.com/conocenos>

<http://hippychickcolombia.com/>

<http://kasnor.com/blog/la-bella-mafia-lbm/>

http://www.crystal.com.co/es/nuestra_historia

<https://stylelovely.com/diariodeunabusineswoman/2015/06/16/moda-fitness-un-look-tendencia-para-un-entrenamiento-de-diez/>

<http://www.revistamujer.cl/2015/11/29/01/contenido/fashion-fitness.shtml/>

<http://www.redclustercolombia.com/clusters-en-colombia/iniciativa/154>

<https://es.slideshare.net/alfredorodolfo/perfil-de-mercado-textil-eeuu>

<https://es.slideshare.net/pasante/el-mercado-de-prendas-de-vestir-en-estados-unidos>

<https://connectamericas.com/es/content/c%C3%B3mo-importar-y-exportar-desde-colombia>