

Universidad del Rosario

Plan de Negocio Tube Tees

Centro de Emprendimiento

Jorge Manuel Florez Gutierrez y Lizeth Lorena Pájaro Lopez
15/05/2013

PLAN DE NEGOCIO

Tube Tees

Universidad del Rosario

Emprendedores

Jorge Manuel Flórez
Lizeth Lorena Pájaro

17 de Mayo de 2013

DEDICATORIA

“Dedico este trabajo y mi carrera en general a mi familia en especial a mi abuela que me brindo la oportunidad de estudiar en tan prestigiosa universidad. Mi madre que siempre ha estado pendiente de mis cosas y mi padre que me apoyo también a surgir como estudiante universitario. También quiero agradecer a mis amigos como Lizeth Pájaro que desde el primer día de clases nos vimos y hemos llegado hasta este punto. Por último quiero agradecer a mi hermano que siempre ha sido mi compañero y amigo en todo momento y que espero que también sea exitoso en su vida profesional y personal.”

Mil Gracias, Jorge Manuel Florez.

“Dedico todo el esfuerzo y dedicación de este proyecto en primera instancia a mi familia por el apoyo incondicional en todos los proyectos en los que me he comprometido. A Jorge florez, amigo incondicional y compañero en toda la planeación de nuestro “sueño” llamado Tube Tees. Y finalmente a mis amigos y profesores que hicieron posibles plasmar mis conocimientos en un plan para mi futuro.”

Lizeth Lorena Pájaro López

RESUMEN EJECUTIVO

Existe una gran oportunidad de éxito para el negocio Tube Tees, debido a que vamos a llegar a un mercado que exige exclusividad, diferenciación y que exige productos poco convencionales que vayan de la mano con el status de vida de nuestros clientes, forma de pensar, que más que poder vestirse y sentirse además de cómodo, conforme que con lo que usa va en línea con los principios de la persona. Vemos que para este tipo de productos tenemos un tamaño de mercado gigante del cual, por medio de la herramienta de proyección de ventas de Bogotá Emprende vimos la oportunidad de entrar con aproximadamente 364 millones de pesos en ingresos por venta para el primer año en nuestro sector de Chapinero en la ciudad de Bogotá con posibilidad de ampliar nuestras ventas a nivel nacional por medio de la venta online.

Para nuestro proyecto se requiere de una inversión inicial de 117.5 millones que nos generará unos ingresos de 364.5 millones de pesos, 414.1 millones de pesos y 484.6 millones de pesos para los años uno, dos y tres respectivamente, generándose una rentabilidad neta del 20.46%, 20% y 15% para los mismos años.

Vemos que el proyecto es viable al observar que nuestra TIR del 27.65% es superior a la TIO del 25%, es decir supera las expectativas iniciales de rentabilidad sobre la inversión.

El VPN arroja un valor positivo para el proyecto y el PRI es menor a dos años, por lo cual aceptamos como equipo emprendedor una vez más invertir en Tube Tees, además de que nuestra capacidad para gerencia es idónea porque creemos en la empresa, tenemos conocimientos gerenciales y poseemos una experiencia brindada por una prueba piloto del negocio con las características Tube Tees

TABLA DE CONTENIDO

1. PRESENTACION DE LA EMPRESA Y LOS EMPRESARIOS	8
1.1 INTRODUCCIÓN.....	8
1.2 OBJETIVOS A ALCANZAR CON LA EMPRESA	8
1.3 PRESENTACIÓN DEL EQUIPO DE LOS EMPRENDEDORES.	9
2.- LA DEFINICIÓN DEL NEGOCIO	10
2.1 DESCRIPCION DE PRODUCTOS y/o SERVICIOS.....	11
3. EL MERCADO	13
3.1 DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO DEL NEGOCIO	13
Grafico 1. Comportamiento del PIB generado por el sector textil	14
Grafico 2. Comportamiento del PIB generado por el sector confecciones	14
Grafico 3.Tendencia en la producción de ropa en tejido de punto	15
Grafico 4. Tendencia en el comportamiento de las exportaciones prendas de algodón.	16
3.2 DESCRIPCIÓN DEL MERCADO.	17
Tabla 1. Características de la población	18
3.3 SEGMENTO OBJETIVO	19
3.4 TAMAÑO DEL MERCADO	21
3.5 TENDENCIA DEL MERCADO	21
3.6 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA Y PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO	22
3.7 COMPETIDORES PRINCIPALES COMPARACION CON COMPETIDORES	23
Tabla 2. Panorama competitivo	24
3.8 ESTRATEGIA COMERCIAL MEZCLA DE MERCADO.....	25
3.9 PROYECCIÓN DE VENTAS.	26
4. ASPECTOS TECNICOS DEL PROYECTO EMPRESARIAL.....	27
4.1 TECNOLOGÍA REQUERIDA PARA LA OPERACIÓN DE LA EMPRESA.	27
4.1.1. Diagrama de Proceso.	27
Imagen 1. Proceso de producción por medio de técnica transfer	27
Imagen 2. Proceso de producción mediante técnica serigrafía	27

Imagen 3. Proceso de producción mediante impresora digital	28
4.1.2 Ficha Técnica de los Productos	29
Tabla 3. Ficha técnica camiseta estampado transfer	29
Tabla 4. Ficha técnica camiseta estampado serigrafía	30
Tabla 5. Ficha técnica camiseta estampado impresión digital	31
4.2 UBICACIÓN DE LA EMPRESA Y DISEÑO DE PLANTA	32
Imagen 4. Diseño de la planta	32
Imagen 6. Diseño de la tienda	33
4.3 INVERSIÓN EN MAQUINARIA Y EQUIPO REQUERIDO	33
Tabla 6. Inversión en maquinaria y equipo	34
4.4 COSTOS DE OPERACIÓN DE LA EMPRESA	35
4.4.1 Costo Variable Unitario	35
Tabla 7. Costo variable unitario	35
4.4.2 Costos Fijos de Operación	35
Tabla 8. Costos fijos	35
4.4.3 Gastos Fijos de Administración	36
Tabla 9. Gastos fijos	36
4.5 PERSONAL REQUERIDO	36
Imagen 7. Organigrama Tube Tees	37
Tabla 10. Manual de funciones por cargo	38
4.6. POLÍTICAS DE CALIDAD	39
4.7 GESTIÓN DE INVENTARIOS	39
4.8 MEDIO AMBIENTE Y PRODUCTOS CONTAMINANTES	39
5. ASPECTOS LEGALES	40
5.1. SELECCIÓN DE LA FIGURA JURÍDICA	40
5.2 ASPECTOS TRIBUTARIOS DE LA EMPRESA	40
6. TEMPORALIZACIÓN Y GESTIÓN DE LA PLANIFICACIÓN	40
7. ASPECTOS FINANCIEROS	41
7.1 INVERSIÓN REQUERIDA	41
7.2. PROYECCIONES DE VENTA,	41
Tabla 11. Ingresos mensuales primer periodo	42
7.3 PUNTO DE EQUILIBRIO	42

7.4 ESTADO DE RESULTADOS	42
7.5 FLUJO DE CAJA.....	43
7.6 ANALISIS FINANCIERO DE VIABILIDAD.....	43
8. VALORACIÓN DEL EQUIPO EMPRENDEDOR Y DE LA EMPRESA EN EL MEDIO.	44
Tabla 12. DOFA.....	44
9. Bibliografía	46

1. PRESENTACION DE LA EMPRESA Y LOS EMPRESARIOS

1.1 INTRODUCCIÓN

En un principio la idea de personalizar nuestras propias camisetas ya que siempre encontrábamos los mismos estilos o diseños en el mercado, procedimos a investigar como era el proceso hasta que decidimos montar los diseños que algunos compañeros deseaban tener y a la gente le empezó a gustar la idea. Actualmente llevamos más de 8 meses en el mercado y tenemos más de 500 diseños montados en www.facebook.com/tubetees apoyados por más de 1200 fans.

Como metas personales deseamos ser grandes empresarios del sector textil hasta el punto de llegar a tener nuestra propia fábrica de confección y estampado, en un principio porque siempre nos han gustado las ventas y por el lado de Jorge Flórez ha trabajado durante 3 años como vendedor de ropa femenina en locales de la familia en Ibagué. A su vez deseamos que todos nuestros clientes se sientan identificados con nuestra marca y llegue a ser el “top of mind” de ellos en el momento de pensar en una camiseta.

1.2 OBJETIVOS A ALCANZAR CON LA EMPRESA

Al finalizar el primer año la empresa habrá vendido 364.5 millones de pesos generando una utilidad bruta del 14% y un total de 7 empleos directos. Para lograr un mayor reconocimiento invertiremos en publicidad, por medio de diferentes canales, se abrirá un punto de venta, se abrirá una página web con compra online y se establecerá un sistema de control calidad para que las devoluciones sean de un cero por ciento.

En el segundo año de operación los ingresos por venta de Tube Tees crecerán un 13,63%. Vendiendo un total de 414.1 millones de pesos. Se generará un nuevo empleo y se realizarán donaciones por un 3% de la utilidad neta a la fundación Pies Descalzos, para aumentar nuestra responsabilidad social y la de nuestros clientes.

Al finalizar el tercer año Tube Tees aumentará en un 16,97% sus ingresos por ventas con respecto al segundo año y se generarán en total 9 empleos directos.

1.3 PRESENTACIÓN DEL EQUIPO DE LOS EMPRENDEDORES.

Jorge Manuel Florez Gutierrez identificado con Cedula de ciudadanía No. 1110481493 tiene 23 años. EDUCACIÓN FORMAL es estudiante en Administración de Negocios Internacionales en curso en la ciudad de Bogotá, es Bachiller, Champagnat terminó en 2006 en la ciudad de Ibagué, posee 5 años de experiencia laboral. Ha trabajado en La Española Distribuidora de Materiales y Ferretería, posee experiencia en el área de Procesos de staff administrativo servicios generales procesos sistematizados. Actualmente se encuentra desarrollando su práctica profesional en la Gerencia de Productos de Inclusión Financiera del Grupo Bancolombia. Es una persona emprendedora, honesto, con fácil adaptación a los cambios, líder en cuanto trabajo en equipo.

Lizeth Lorena Pájaro López identificada con cédula de ciudadanía N° 1026275413 es estudiante de administración de negocios internacionales de la Universidad del Rosario, y bachiller graduado en el año 2006 del colegio Liceo León de Greiff de Cereté, se encuentra desarrollando su práctica profesional en Telefónica Colombia en la dirección de gestión de recursos humanos. Es una persona con gran capacidad para trabajar bajo presión y en ambientes altamente competitivos que tiene buena disposición para el trabajo en equipo.

2.- LA DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

La necesidad de diferenciación se hace inminente en la población juvenil que intenta buscar alternativas que permitan la expresión de sentimientos, opiniones y formas de vida. Las prendas de vestir y la apariencia física en general constituyen una de las principales maneras de expresión, por lo cual, se identificó la oportunidad de ofrecer un producto que satisfaga las necesidades de los clientes que busquen mayor autenticidad y diferenciación, apoyándose en aspectos sociales, culturales, políticos y económicos que favorecen la realización del proyecto Tube Tees.

Tube Tees es una empresa productora y comercializadora de camisetas estampadas con diseños originales que ofrece al cliente la oportunidad de personalizar cada producto a su gusto. Los clientes de Tube Tees tienen la posibilidad de escoger entre más de 250 diseños ofrecidos por la marca o solicitar un diseño personalizado que es diseñado especialmente por nuestro equipo para su satisfacción, de igual forma pueden realizar escogencia de color y modelo de camiseta.

La tecnología de nuestra época nos ofrece grandes facilidades para la comercialización de nuestros productos, por lo cual, Tube Tees, realiza ventas en línea con entregas a domicilio en la ciudad de Bogotá y envíos a otras ciudades del país. Los clientes pueden escoger y solicitar los productos y recibirlos en un plazo entre 1 y 3 días para entregas en Bogotá, y entre 3 y 6 días para otros destinos nacionales.

En cuanto la calidad de nuestras prendas, para hombre se ofrecen prendas 100% algodón peinado que es una tela suave y de alta durabilidad, para mujer se ofrecen prendas en 100% Algodón Viscoso que es una tela suave y ligera.

Tube Tees ofrece productos a precios bajos con posibilidad de descuento por cantidad, así como constantes ofertas ofrecidas en nuestro sitio web.

La constante comunicación con los clientes y los fans en las redes sociales constituye una de las principales características organizacionales, pues de esta manera se hace posible un mayor conocimiento de las necesidades del cliente, así como también se reciben sugerencia para el mejoramiento continuo del servicio.

2.1 DESCRIPCION DE PRODUCTOS y/o SERVICIOS

- Camiseta estampada para hombre cuello redondo

Camiseta manga corta de cuello redondo 100% algodón peinado en diferentes colores, estampado escogido por el cliente.

Esta camiseta es una prenda fresca, ligera y muy cómoda de llevar. Puede usarse como ropa interior o exterior y es ideal para todo tipo de clima.

- Camiseta estampada para hombre cuello V

Camiseta de cuello en V 100% algodón peinado en diferentes colores, estampado escogido por el cliente

Esta camiseta es una prenda fresca, ligera y muy cómoda de llevar. Puede usarse como ropa interior o exterior y es ideal para todo tipo de clima. Su cuello con diseño en v ofrece mayor comodidad y un estilo más fresco.

- Camiseta estampada para mujer cuello V

Camiseta manga corta de cuello en V 100% algodón peinado en diferentes colores, estampado escogido por el cliente.

Esta camiseta es una prenda fresca, ligera y muy cómoda de llevar. Puede usarse como ropa interior o exterior y es ideal para todo tipo de clima.

- Camiseta tipo esqueleto estampada para mujer

Camiseta tipo esqueleto de cuello en V 100% algodón peinado en diferentes colores, estampado escogido por el cliente.

Esta camiseta es una prenda fresca, ligera y muy cómoda de llevar. Puede usarse como ropa interior o exterior y es ideal para todo tipo de clima. Su diseño en esqueleto ofrece un look más juvenil y sport.

Cada camiseta tiene 3 tipos de estampado, todo depende del tamaño del mismo si es tabloide se utilizara la técnica impresión directa, si es tamaño carta se utilizara la técnica transfer y si es una producción en masa será por medio de serigrafía las tintas utilizadas en los tres tipos de estampado serán a base de agua y libres de ftalatos, componentes químicos que deterioran el medioambiente

Todas nuestras camisetas tendrán una duración mínima de 50 lavadas sin evidenciarse ningún deterioro.

3. EL MERCADO

3.1 DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO DEL NEGOCIO

Durante el año 2011 el sector comercio colombiano representó un 11,98% del PIB nacional, situación que se vio reflejada en un aumento de la demanda de bienes, el consumo de los hogares que paso de un 4,9% a un 6,5% entre el 2010 y 2011. Existió un incremento del 4.15% en el consumo de vestuario del país, en febrero de 2011 frente a febrero de 2010

“El mayor consumo de los hogares estuvo asociado principalmente con la disminución de las tasas de desempleo, llegando incluso a ser de un solo dígito, y el aumento de la población ocupada, lo cual aumentó la capacidad adquisitiva de los consumidores, además de las menores tasas de interés, la baja inflación, los recursos crediticios de amplia disponibilidad y la revaluación de la moneda, facilitando la adquisición de bienes durables.” (Benchmark)

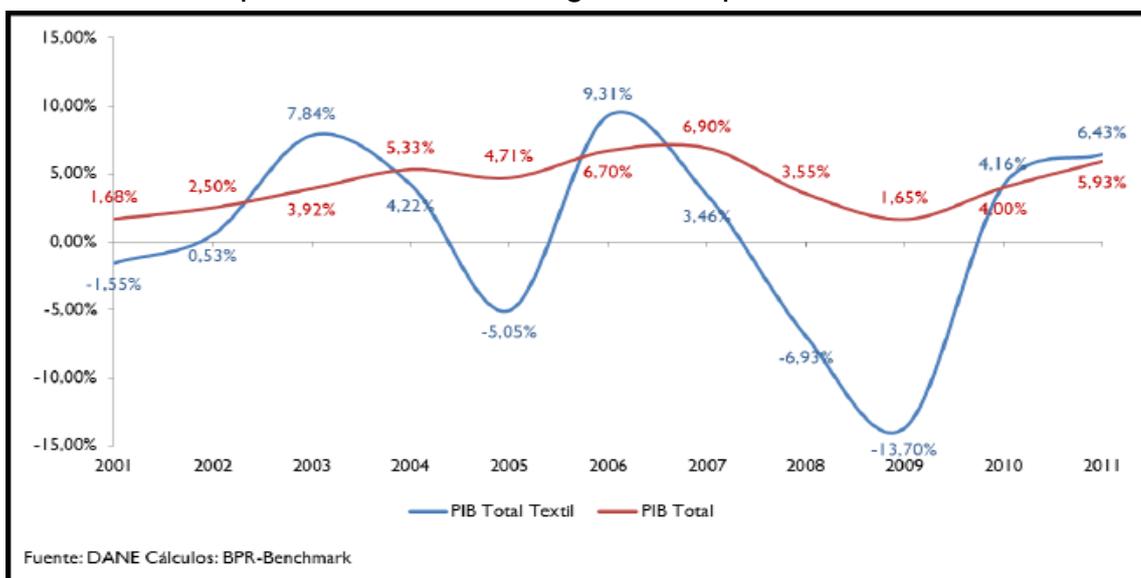
Así mismo el consumo de prendas de vestir en Colombia se encuentra en aumento. De acuerdo con Virgilio L. González, (Ph.D. Corresponsal de Textiles Panamericanos) otros dos fenómenos han incentivado el consumo de estos bienes, por un lado existe un esfuerzo por no transmitir los incrementos en los precios del algodón a los bienes finales, aumentando de esta manera la capacidad de compra “una persona con un salario mínimo solo necesita 10 horas de trabajo para comprar una prenda, mientras que en el año 1998 necesitaba más de 20.” (Gonzalez, 2012). Por otra parte, Las condiciones económicas han permitido que aumente la frecuencia de compra de las prendas de vestir de cada 9 a cada 7 meses. (Gonzalez, 2012)

Según Inditex, el sector textil Colombiano que es respaldado por una industria de más de 100 años de experiencia, genera para los colombianos más de 130.000 empleos directos y 650.000 indirectos, representa el 8% del PIB manufacturero, constituye el 5% del total de exportaciones de Colombia y es el sector de exportaciones no tradicionales más importantes del país.

A continuación se muestra el comportamiento del PIB total con relación al comportamiento del PIB generado por el sector textil (ver gráfico 1) y por el sector confecciones en Colombia. (Ver gráfico 2). La industria ha sufrido

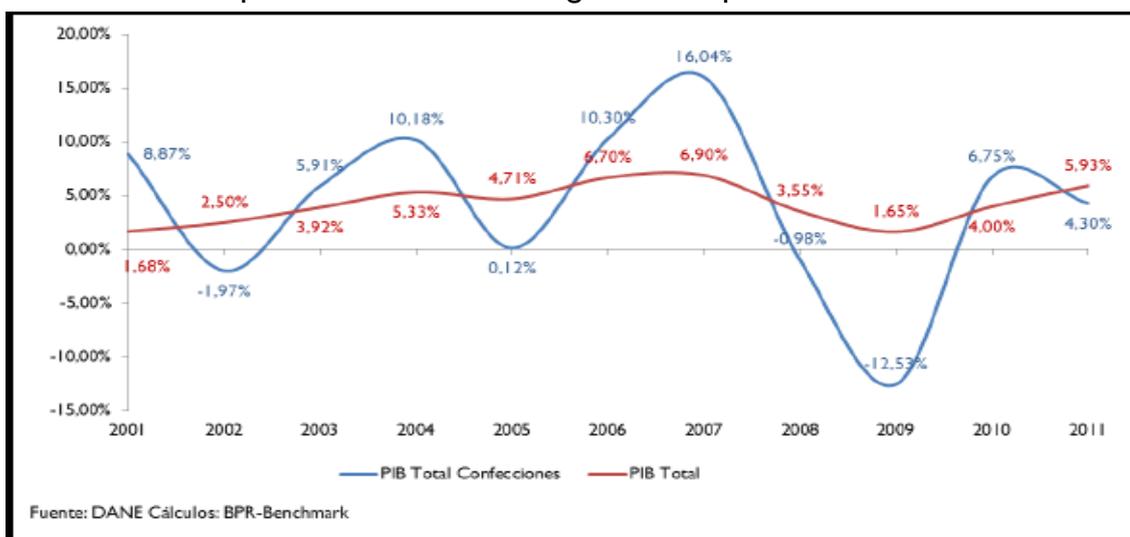
grandes altibajos y ha variado mucho más que el PIB total colombiano en la última década, sin embargo se nota una recuperación a partir del año 2010, tras superada la crisis financiera mundial.

Gráfico 1. Comportamiento del PIB generado por el sector textil



Fuente: Benchmark con datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), 2012

Gráfico 2. Comportamiento del PIB generado por el sector confecciones

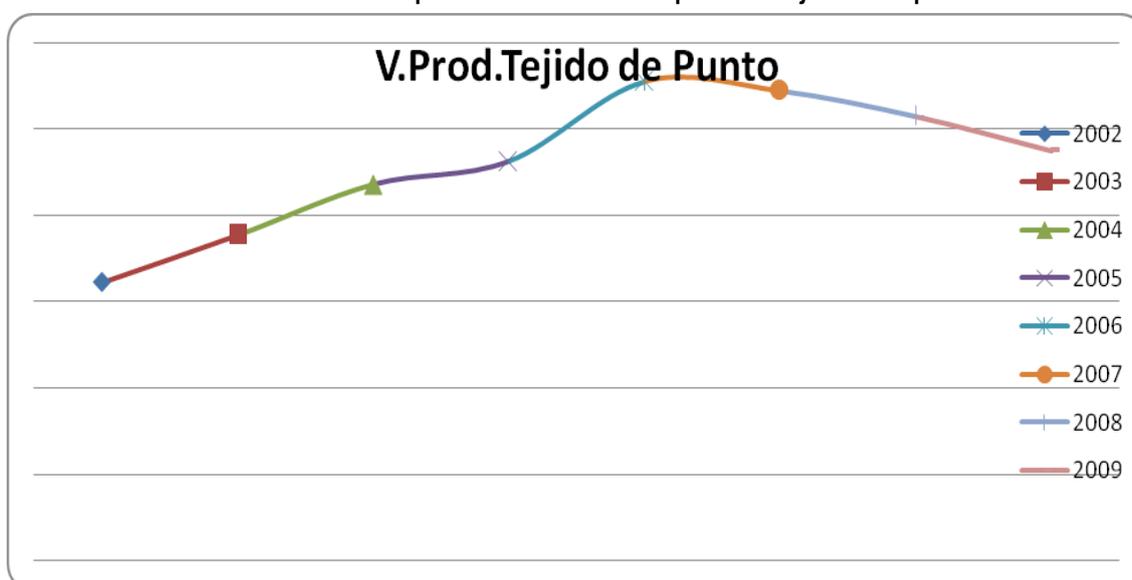


Fuente: Benchmark con datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), 2012.

De acuerdo con la encuesta nacional manufacturera del DANE en el 2009 la producción de toda la cadena textil en los tres primeros eslabones incrementó 21 % en tejidos planos, seguido por un 14% correspondiente a ropa de algodón en tejido de punto (Material utilizado en las camisetas Tube Tees) y en tercer lugar confecciones en fibra artificial o sintética.

De acuerdo al valor de la producción de ropa en tejido de punto del 2002 al 2009 según el DNP hubo un crecimiento en los primeros 5 años, sin embargo de 2007 al 2009 se presentó una tendencia decreciente. (ver gráfico 3)

Grafico 3. Tendencia en la producción de ropa en tejido de punto



Fuente: elaboración propia con datos del DNP, 2012

Dentro de los principales eslabones de producción para la ropa de tejido de punto exportado del 2002 al 2010, se observó una fuerte crisis en los años 2008-2009(ver gráfico 3), situación que puede relacionarse con la crisis económica que se presentó en esa época y que se inició en Estados Unidos (primer socio comercial de Colombia).

Para el 2010 se presentó una variación positiva del 32,69% con respecto al 2009 siendo este un índice de repunte del mercado.

En cuanto al comportamiento de las exportaciones de las prendas de vestir fabricadas en algodón con tejido de punto, este ha sido muy variable debido a los cambios en el entorno macroeconómico mundial, como se puede observar

en el gráfico 4. Hubo un cambio de tendencia positivo como resultado de la recuperación económica de los últimos años.

Gráfico 4. Tendencia en el comportamiento de las exportaciones prendas de algodón.



Fuente: elaboración propia con datos del DNP, 2012

La situación financiera de las empresas que conforman el sector textil y confecciones existentes en las bases de datos de Benchmark, la cual consta de un total de 603 empresas registra, en el caso de la rentabilidad como proporción de las ventas, un aumento de 1,68% en 2010 a 2,12% en 2011. En cuanto a la utilidad operativa sobre las ventas se pasó de 2,91% en 2010 a 3,92% en 2011. Las empresas disminuyeron su tasa de endeudamiento desde el 2010, ubicándola en 62,99% y pasando en 2011 a 59,42%. (Benchmark)

Como se hace evidente existe un panorama favorable, teniendo en cuenta el crecimiento del consumo, el aumento del PIB y las características actuales y tendencias de mercado que hacen que exista una buena oportunidad de negocio para empresas interesadas en ingresar al sector de textiles y confecciones colombiano.

Según el artículo publicado por Virgilio González para Textiles panamericanos, utilizando datos de Marketing Metrics en 2011, las empresas mejor posicionadas en Colombia son: Tutto, Adidas, Arturo Calle, GEF, Levi's,

Diesel, Pronto, Pat Primo, Leo, Leonisa, Punto Blanco, Puma, Studio F, Tennis y Kenzo, de las cuales la mayoría son marcas nacionales, por lo cual, puede asumirse una preferencia de los consumidores por las marcas del país. Punto favorable para la realización del proyecto Tube Tees.

El 15 de mayo de 2012 entró en vigencia el tratado de libre comercio con Estados Unidos, el cual de acuerdo con Carlos Eduardo Botero, presidente ejecutivo de Inexmoda, es una gran oportunidad para el sector textil, confección, diseño y moda, pues le brinda la oportunidad de acceso a un mercado de más de 300 millones de posibles compradores. “El sector ha venido haciendo la tarea y ahora está mejor preparado que hace algunos años” (Inexmoda).

“Estados Unidos importa anualmente alrededor de 100,000 millones de dólares en productos de la cadena textil-confecciones, de los cuales \$76,000 millones corresponden a confecciones.” (Gonzalez, 2012)

Con el TLC con Estados Unidos, los exportadores colombianos no necesitan estar renovando cada seis meses las preferencias arancelarias y corriendo el riesgo de que estas no sean renovadas como ocurrió en 2011. (El Tiempo, 2011)

Otro aspecto importante, es que el TLC atraerá inversión a Colombia como plataforma de exportación a países con los cuales ya hay acuerdos comerciales. Por ejemplo, empresas de India, China y otras naciones pueden instalarse en el país y acceder a aquellos mercados con los cuales hay TLC (Gonzalez, 2012)

En términos generales podemos considerar el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos como una gran oportunidad para el sector y a su vez para Tube Tees en el largo plazo, sin desconocer los riesgos relacionados que deben tenerse en cuenta.

3.2 DESCRIPCIÓN DEL MERCADO.

La empresa se ubicará comercialmente en la localidad de Chapinero, se arrendará un local comercial en quinta Camacho geográficamente la zona se ubica entre las carreras séptima y caracas, y entre las calles 67 y 72. En el

barrio no se encuentra competencia directa porque en la zona se encuentran generalmente locales de comidas y de operación bancaria, como punto positivo se encuentran que alrededor hay varias universidades en la cuales podemos enfocar nuestro target de mercado.

La población de chapinero según proyecciones del Dane es de 132.271 personas y específicamente para nuestro mercado de clientes potenciales poseemos un 28% equivalente a 37.035 personas que se encuentran en el rango de edad de los 15 a 30 años (ver tabla 1). Sin embargo solo el 97% equivale a las características socioeconómicas de nuestros clientes potenciales, lo que reduce nuestra población objetivo a un total 35.814 individuos. Los cuales según una encuesta realizada vía facebook compran trimestralmente.

Tabla 1. Características de la población

Población Chapinero	
Rango	Participación
0 a 4	4,60%
5 a 9	4,30%
10 a 14	4,80%
15 a 19	7,60%
20 a 24	9,80%
25 a 29	10,60%
30 a 34	9,10%
35 a 39	6,90%
40 a 44	6,80%
45 a 49	7,30%
50 a 54	6,90%
55 a 59	5,80%
60 a 64	4,50%
65 a 69	3,60%
70 a 74	2,60%
75 a 79	2,10%
80 y más	2,50%
Total	100%
Total Real	132.271

Fuente: Bogotá Más Activa, 2012

3.3 SEGMENTO OBJETIVO

La existencia de diferencias a nivel individual crea la necesidad de expresar dichas diferencias de la manera que se considere adecuada. El arte ha sido uno de los principales medios de expresión que a través de la historia ha permitido al ser humano la manifestación de sentimientos, ideales, propósitos, Así como también ha brindado la posibilidad de identificación, fortalecimiento de autoestima y sentido de pertenencia hacia aquello que muestra las diferencias existentes a nivel individual y grupal. Se identificó entonces la oportunidad de ofrecer un producto que satisfaga las necesidades de los clientes que busquen mayor autenticidad y diferenciación, apoyándose en aspectos sociales, culturales, políticos y económicos que favorecen la realización del proyecto Tube Tees.

Para la segmentación se analizó el contenido de la página de Facebook de Tube Tees, donde es posible conocer características generales de los fans. En una muestra de 753 personas se determinó que el 44% está entre los 18 y 24 años, el 7,8% entre 13 y 17 años, el 5,4% entre 25 y 34 años. Adicionalmente se realizó una encuesta virtual a 52 personas del grupo que reveló la siguiente información:

- El 90% de los encuestados son estudiantes y el 10% empleados
- El 94,23% del total de la muestra compraría una camiseta personalizada Tube Tees
- El medio de compra de camisetas es centros comerciales y establecimientos con una participación del 79%, el 12% vía internet y el 8% en boutiques de moda.
- El 53,85% pagaría menos de 20.000 pesos, seguido de un 30,77% que pagaría entre 30.000 y 50.000.
- De los 52 encuestados un 67% compra camisetas cada 3 meses en promedio.

Analizando el documento de perfiles de consumidores del observatorio de tendencias de la cámara de comercio de Bogotá en el 2009, se pudieron identificar tres perfiles de consumidor que se adaptan a las características de los productos Tube Tees.

Número uno encontramos a los “Expo Teens” que se refiere a jóvenes entre 12- 20 años donde exponen su identidad con nuevas tecnologías enfocados en un mundo con arte y diseño. Se identifican con personajes famosos de películas, series y telenovelas, comparten sus experiencias con sus grupos de amigos, su vestuario es muy colorido y transmiten energía positiva.

Como segundo grupo de consumidores ubicaríamos a los “Linker People” que son personas de 20 a 35 años con gustos de tecnología y siempre en la búsqueda de diferenciarse de los demás, por lo cual no se identifican con una comunidad en particular. Son personas que se mantienen en línea y su vestuario por lo general es riguroso e insólito al mismo tiempo. Tienen muchos amigos en la red y les gusta un trabajo flexible preferiblemente en el hogar o un lugar en el que se sientan cómodos.

Finalmente, se encuentran los “Unique Sons” que son personas de 20 a 35 años por lo general hijos únicos, siempre en búsqueda de actividades creativas, expresar y transmitir su propia personalidad. Mezclan sus prendas de vestir de manera eléctrica porque les gusta sentirse observados al caminar por la calle. Siempre buscan crear una buena ambientación particular para expresar su propio yo.

En cuanto a características socio-económicas de los consumidores la marca Tube Tees se enfoca en estudiantes y empleados de estratos 4, 5 y 6 con dependencia económica o con ingresos iguales o superiores a un salario mínimo legal vigente.

Recopilando todo el conjunto de características del mercado objetivo obtenidas luego de la encuesta, el análisis de perfiles de consumidor y las características socio-económicas identificadas se concluyó que el grupo objetivo deben tener las siguientes características:

- Pertenecientes a estratos 4, 5 y 6
- Entre 15-30 años
- Preferiblemente que encajen en uno de los tres perfiles de consumidor seleccionados (Expo teens, Linker people o Unique sons)

Con nuestros diseños vamos a propiciar la entrada a nuevos nichos con nuestros diseños acorde a la forma de pensar de los mismos como por ejemplo

entrar fuertemente al nicho de LGTB que tiene un gran potencial y es poco explorado.

Por otra parte, nos interesan clientes corporativos y jóvenes emprendedores que deseen realizar pedidos de gran volumen para eventos, promoción de marcas o comercializar el producto.

3.4 TAMAÑO DEL MERCADO

El público objetivo son 35.814 personas aproximadamente, tomando como frecuencia de compra un artículo cada tres meses y un precio de venta de cada camiseta de 27000 pesos en promedio. Encontramos que el tamaño de mercado es total es 3'907.000.000 al año de los cual, después de analizar nuestra las características y condiciones del producto ofrecido frente a los principales competidores y apoyándonos en la herramienta de proyección de ventas de la Camara de Comercio de Bogotá, encontramos que la porción de mercado que Tube Tees puede tomar corresponde a 364 millones aproximadamente.

3.5 TENDENCIA DEL MERCADO

Las tendencias de consumo del sector muestran que para las compañías presentes es estrictamente necesario el cambio de tendencias y adaptación a nuevas necesidades en periodos de tiempo cortos. Los productos ofrecidos son productos de temporada que deben diseñarse y rediseñarse de acuerdo a los cambios que se vayan presentando en las preferencias de consumo, por lo cual se requiere una cercana y constante comunicación con los clientes. (Inexmoda, 2012)

Actualmente existen varias marcas alternativas que ofrecen a la población juvenil bogotana la oportunidad de diferenciación y expresión por medio de prendas de vestir, sin embargo, por lo general estas tiendas ofrecen productos de alto precio y de difícil acceso. Se evidencia entonces la carencia de tiendas que ofrezcan ropa con diseños alternativos y/o personalizados, facilidades de pago, facilidad de acceso y bajos precios

A lo largo del 2012 hasta el mes de septiembre los colombianos gastaron en prendas de vestir un total de 8.1 billones de pesos frente a 7.6 billones del 2011 (Portafolio-Noviembre 6 2012- Colombianos Aumentaron su gasto de ropa en Septiembre), de esto concluimos que existe una tendencia marcada hacia el aumento en el consumo de los hogares colombianos asociado al gasto en prendas de vestir.

Por otra parte, el gusto por los servicios domiciliarios y por las compras en internet ha mostrado un crecimiento en los últimos años, muchas empresas de diferentes industrias han optado por facilitarles la vida a las personas reduciendo la necesidad de traslado de estas para la adquisición de productos y servicios ofrecidos.

La necesidad de diferenciación se hace inminente en la población juvenil, siendo cada vez más marcada, los jóvenes buscan alternativas que les permitan la expresión de sentimientos, opiniones y formas de vida, siendo las prendas de vestir y la apariencia física en general una de las principales formas.

3.6 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA Y PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

Como competencia directa encontramos varias compañías existentes en el mercado que ofrecen el producto de camiseta estampada con diseños propios de cada una, que tienen un alto posicionamiento en el mercado, la mayoría de estas cuenta con locales en varios centros comerciales y en las principales ciudades del país.

Algunas empresas de competencia directa para Tube Tees son, por ejemplo, tennis, crocket, bkull, crocket club cada una de ellas esta posicionada en el mercado y posee de cierta forma un concepto similar a Tube Tees, venden ropa ligera, juvenil, descomplicada. Sin embargo, los productos de estas marcas no satisfacen todas las necesidades de los consumidores.

Las pocas posibilidades que ofrece el mercado colombiano para consumidores con las características de nuestro segmento objetivo, obliga a que estos se limiten a comprar por impulso y no logren satisfacer sus necesidades de personalización y originalidad.

3.7 COMPETIDORES PRINCIPALES COMPARACION CON COMPETIDORES

Para ilustrar un poco la forma cómo los competidores de Tube Tees, no satisfacen todas las necesidades de nuestro segmento objetivo, analizamos un grupo de cinco empresas que consideramos constituyen competidores directos para nuestro negocio, teniendo en cuenta ocho aspectos considerados como claves para el consumidor: calidad, ubicación estratégica de puntos de venta, reconocimiento de marca, promociones, precios bajos, diversidad de colores, diseños personalizados y ventas online. Por otra parte, se analizó la disponibilidad de las diferentes tipologías de producto en la venta al por mayor y al detal.

Por medio del uso del panorama competitivo, podemos hacer gráficamente visible en qué aspectos las empresas de la competencia no están atendiendo a las necesidades del competidor. Las manchas blancas pueden traducirse como oportunidades de negocio que pueden ser explotadas por la organización para lograr un mejor posicionamiento debido a que hace evidente las carencias de las demás compañías del sector con relación a variables importantes del negocio.

De las empresas analizadas ninguna realiza ventas de tipo online, ni ofrece posibilidades de obtener diseños personalizados, esto apoya el enfoque Tube Tees de personalización y medios alternativos de compra. (Ver tabla 2).

Por otra parte, se observa que la necesidad en cuanto a canales de distribución de venta al por mayor no se ve suplida por ninguna de las cinco empresas estudiadas, lo cual es una oportunidad de negocio para Tube Tees. (Ver tabla 2).

Tabla 2. Panorama competitivo

PANORAMA COMPETITIVO																					
	Tenis	Pronto	Bkul	Club	Gef	Tennis	Pronto	Bkul	Club	Gef	Tennis	Pronto	Bkul	Club	Gef	Tennis	Pronto	Bkul	Cb	Gef	
NECESIDADES																					
Calidad																					
Tiendas con presencia en puntos estratégicos																					
Reconocimiento de marca																					
Promociones																					
Precios bajos																					
Colores																					
Diseños personalizados																					
Venta Online																					
VARIEDADES	Esqueleto Mujer					Camiseta Mangas mujer					Camisetas tiras mujer					Camiseta mangas hombre					
Distribución Mayorista																					
Distribución Detal																					

Fuente: Elaboración propia. Como se puede observar las manchas blancas, nos sugieren oportunidades de negocio para la venta de camisetas estampadas al por mayor, para la venta por internet y para la personalización de productos.

3.8 ESTRATEGIA COMERCIAL MEZCLA DE MERCADO

Tube Tees ofrece productos de muy buena calidad con diseños innovadores, modernos y personalizados que le permiten al cliente la capacidad de diferenciarse y adquirir productos únicos que reflejen sus gustos y su personalidad. Se ofrecerá al cliente la oportunidad de escoger entre más de 2500 diseños, en los colores y tallas deseadas.

Los materiales de las camisetas Tube Tees son ligeros e ideales para cualquier clima, lo que hace que el producto pueda usarse como ropa interior o exterior. En cuanto a la técnica de estampado esta es escogida analizando las características del diseño y del color de la tela, con el objetivo de garantizarle al cliente una durabilidad del mismo de mínimo cincuenta lavadas.

Las camisetas son entregadas en un empaque moderno, que consiste en un cilindro plástico de doble tapa con originales diseños, los cuales son cambiados cada mes y que pueden ser coleccionados y utilizados por los clientes lo que deseen.

Después de realizada la investigación de mercado, teniendo en cuenta la información recolectada con respecto a la competencia, encuestas a los clientes potenciales y tras analizar los costos relacionados con la producción y demás gastos operacionales se determinó que el precio de venta ideal es igual a \$27.000, sin embargo con el objetivo de brindarle al cliente incentivos de compra, se estableció que el precio por unidad será de \$30.000 y de 25.000 por la compra de dos camisetas.

Las ventas de la compañía se realizan vía online en www.tubetees.com.co con pago contra entrega o con consignación anticipada, por lo cual, se hace necesario que las entregas se realicen a domicilio. En el caso de ventas en la ciudad de Bogotá el proceso de entrega tomará entre 1 y 3 días después de realizado el pedido, con gastos relacionados equivalentes a \$3000, los cuales están incluidos en el valor de la camiseta. Para entregas a otros destinos nacionales el tiempo de entrega será entre 3 y 6 días después de realizado el pedido.

Se realizarán además ventas directas en el punto de venta de Tube Tees con pago inmediato en efectivo o mediante tarjeta débito o crédito.

El principal medio por el cual se realizará la actividad publicitaria de la marca será internet por medio de la página web www.tubetees.com.co, el perfil de facebook de la marca, twitter, así como también por medio de la participación en ferias, exposiciones, repartición de flyers publicitarios en sitios estratégicos y pautas cortas en radio. Se dispondrá de un presupuesto publicitario de 5'000.000 de pesos para el primer año, 10'000.000 de pesos para el segundo año y 15'000.000 de pesos para el tercer año.

En oportunidades de negocio, habíamos encontrado que el mercado mayorista era un gran atractivo para la organización, por lo cual, ofrecemos oportunidades para pago a crédito con plazos hasta de 120 días, lo cual no solo apunta a este mercado sino que constituye además un incentivo para el comprador individual que desea adquirir los productos Tube Tees.

3.9 PROYECCIÓN DE VENTAS.

Las ventas para el primer año serán por un valor de 364'500.000 de pesos, equivalente a un total de 13.500 unidades al año, con variaciones mes a mes de acuerdo a la época del año. Se espera un crecimiento 13,63% para el segundo año, lo cual significan ingresos por valor de 414.174.330 de pesos, es decir, 14.893 camisetas y de 16,97% para el tercer año con relación al periodo anterior, ventas de 484'461.046 correspondiente a 16.913 camisetas.

Para este cálculo se tuvieron en cuenta factores internos como externos importantes para el negocio, tomando como base la existencia de ventajas con relación a los competidores directos.

Se estima que las ventas serán del 10% con pago de contado, 80% a 90 días y 10% a 120 días, esto en concordancia con los beneficios ofrecidos por la compañía para incentivar las ventas y con el mercado mayorista al que se apunta en segunda instancia.

4. ASPECTOS TECNICOS DEL PROYECTO EMPRESARIAL.

Ninguno de los tres procesos de impresión requiere adquisición de patentes o franquicias, y los conocimientos requeridos para producir por medio de cada técnica son de conocimiento por parte del equipo.

4.1 TECNOLOGÍA REQUERIDA PARA LA OPERACIÓN DE LA EMPRESA.

4.1.1. Diagrama de Proceso.

Imagen 1. Proceso de producción por medio de técnica transfer

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PRODUCTO



Se utilizara 33 minutos en todo el proceso desde que ingresa la orden de compra, pasa la impresión que se demora 12 minutos, estampado 3 minutos empaquetado 3 minutos y distribución 15 minutos.

Imagen 2. Proceso de producción mediante técnica serigrafía

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PRODUCTO

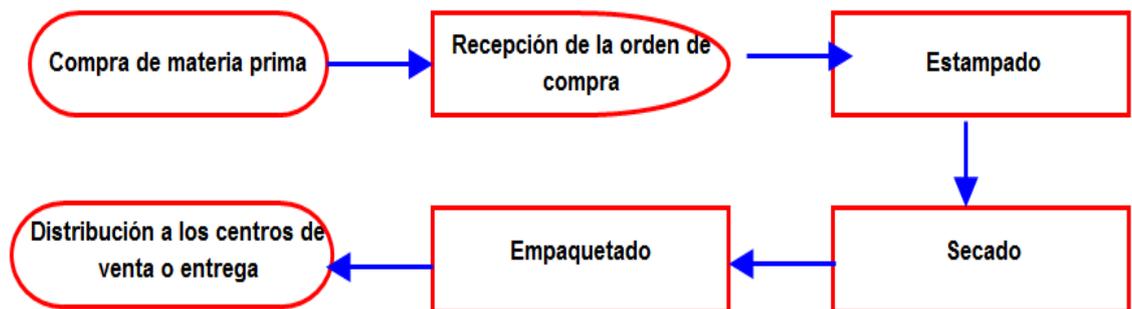


Tiempo total del proceso desde la orden de compra 49 minutos. Al recibir la orden de compra se procederá a elaborar los moldes que dura

aproximadamente 24 minutos, se ubican inmediatamente en el pulpo se procederá a estampar aproximadamente 5 minutos, el secado dura aproximadamente 2 minutos, el empaquetado 3 minutos y la distribución 15 minutos.

Imagen 3. Proceso de producción mediante impresora digital

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PRODUCTO



Tiempo total del proceso desde la orden de compra 34 minutos en los cuales a partir de la recepción de compra se procede al estampado en el cual se demora 6 minutos, 10 minutos el secado, 3 el empaquetado y 15 la distribución

4.1.2 Ficha Técnica de los Productos.

Tabla 3. Ficha técnica camiseta estampado transfer

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO:		Camiseta estampado transfer	
TIEMPO DE LA PRODUCCION DEL PRODUCTO	33	/MINUTOS	
CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO FISICAS, QUIMICAS Y DE PRESENTACION DEL PRODUCTO			
Camiseta 100% algodón peinado en diferentes colores, estampado mediante técnica transfer. Disponible en talla S (pequeña), M (mediana) y L (Grande) Empaque en envase de plástico transparente con etiqueta autoadhesiva de la marca.			
EQUIPO HUMANO REQUERIDO	COMPETENCIAS REQUERIDAS POR EL EQUIPO HUMANO		
Técnico en estampado	Personal con conocimiento y experiencia en el proceso y labor encargada		
Diseñador			
Distribuidor			
Vendedores			
TIEMPO TOTAL HORAS HOMBRE POR UNIDAD DE PRODUCCION	18	/MINUTOS	
SITIO DE PRODUCCIÓN DEL PRODUCTO	CII66 #4a 59		
MAQUINARIA Y EQUIPO A UTILIZAR PARA LA PRODUCCION			cantidad /tiempo
Computador			6
Termofijadora			3
Impresora laser			6
TIEMPO TOTAL MAQUINA EMPLEADAS	15	MINUTOS	
MATERIAS PRIMAS E INSUMOS	MATERIAS PRIMAS E INSUMOS		
Papel fotografico autoadhesivo	Papel transfer		
Envases plasticos transparentes			
Camisetas en algodón peinado			
Tinta multicolor			

Tabla 4. Ficha técnica camiseta estampado serigrafía

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO:		Camiseta estampado serigrafía	
TIEMPO DE LA PRODUCCION DEL PRODUCTO	49	/MINUTOS	
CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO FISICAS, QUIMICAS Y DE PRESENTACION DEL PRODUCTO			
<p>Camiseta 100% algodón peinado en diferentes colores, estampado mediante técnica serigrafía. Disponible en talla S (pequeña), M (mediana) y L (Grande) Empaque en envase de plástico transparente con etiqueta autoadhesiva de la marca.</p>			
EQUIPO HUMANO REQUERIDO		COMPETENCIAS REQUERIDAS POR EL EQUIPO HUMANO	
Técnico en estampado		Personal con conocimiento y experiencia en el proceso y labor encargada	
Diseñador			
Distribuidor			
Vendedores			
TIEMPO TOTAL HORAS HOMBRE POR UNIDAD DE PRODUCCION		30	/MINUTOS
SITIO DE PRODUCCIÓN DEL PRODUCTO		CII66 #4a 59	
MAQUINARIA Y EQUIPO A UTILIZAR PARA LA PRODUCCION			cantidad /tiempo
Computador			1
Pulpo de 6 brazos			15
Secadora			2
Impresora laser			1
TIEMPO TOTAL MAQUINA EMPLEADAS			19
			MINUTOS
MATERIAS PRIMAS E INSUMOS		MATERIAS PRIMAS E INSUMOS	
Papel fotografico autoadhesivo		Bastidores de madera	
Envases plasticos transparentes		Malla de polyester	
Camisetas en algodón peinado			
Tinta multicolor			

Tabla 5. Ficha técnica camiseta estampado impresión digital

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO:		Camiseta estampado Impresión digital	
TIEMPO DE LA PRODUCCION DEL PRODUCTO	34	/MINUTOS	
CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO FISICAS, QUIMICAS Y DE PRESENTACION DEL PRODUCTO			
<p>Camiseta 100% algodón peinado en diferentes colores, estampado mediante técnica serigrafía. Disponible en talla S (pequeña), M (mediana) y L (Grande) Empaque en envase de plástico trasparente con etiqueta autoadhesiva de la marca.</p>			
EQUIPO HUMANO REQUERIDO		COMPETENCIAS REQUERIDAS POR EL EQUIPO HUMANO	
Técnico en estampado		Personal con conocimiento y experiencia en el proceso y labor encargada	
Diseñador			
Distribuidor			
Vendedores			
TIEMPO TOTAL HORAS HOMBRE POR UNIDAD DE PRODUCCION		18	/MINUTOS
SITIO DE PRODUCCIÓN DEL PRODUCTO		CII66 #4a 59	
MAQUINARIA Y EQUIPO A UTILIZAR PARA LA PRODUCCION			cantidad /tiempo
Computador			1
Impresora digital para tela (satélite)			5
Secadora (satélite)			10
TIEMPO TOTAL MAQUINA EMPLEADAS			16
MATERIAS PRIMAS E INSUMOS		MATERIAS PRIMAS E INSUMOS	
Papel fotográfico autoadhesivo			
Envases plásticos transparentes			
Camisetas en algodón peinado			
Tinta multicolor			

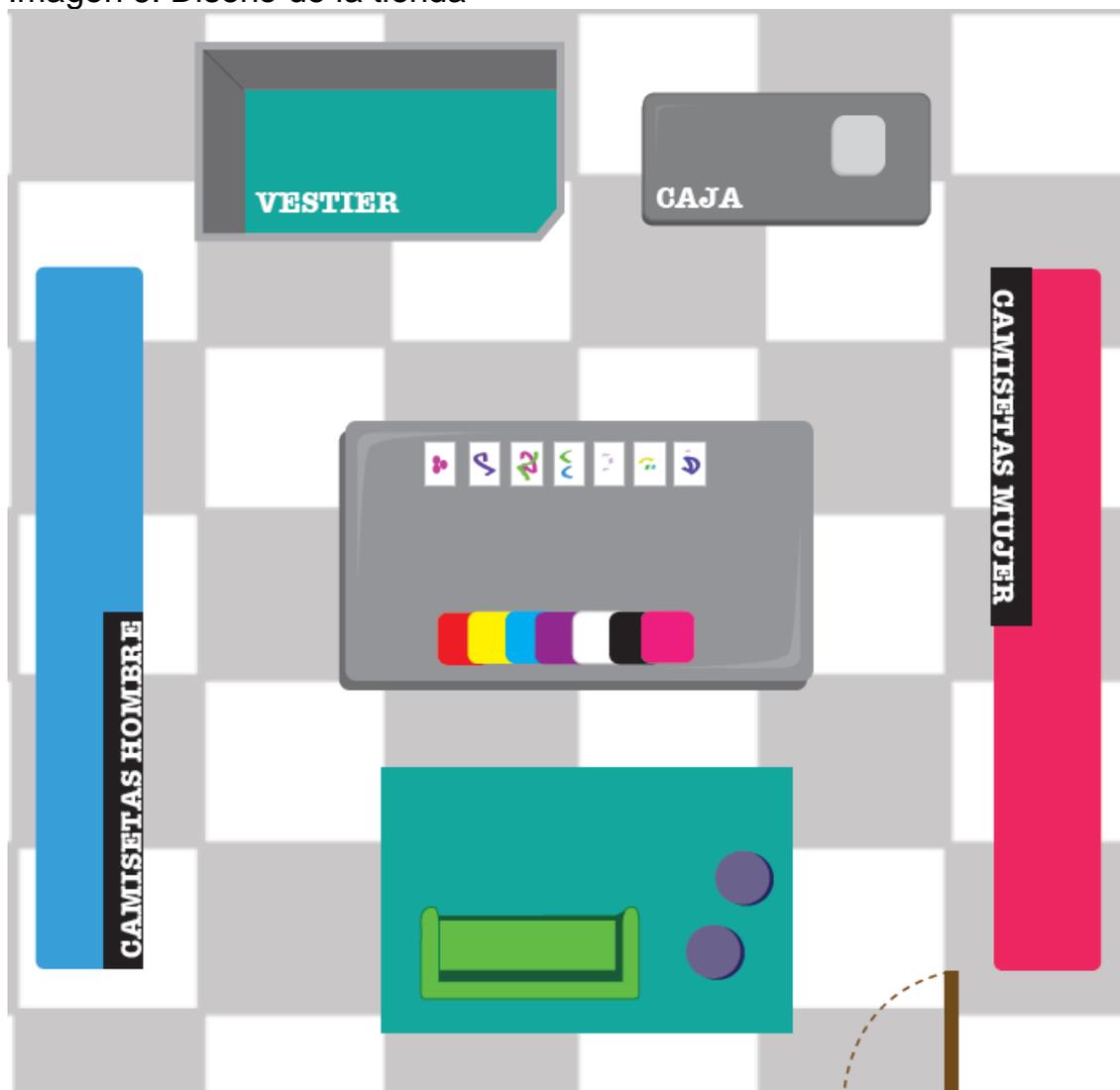
4.2 UBICACIÓN DE LA EMPRESA Y DISEÑO DE PLANTA.

Imagen 4. Diseño de la planta



Para la planta de producción tenemos unos requerimientos mínimos de un local de 20 metros cuadrados. La ubicación será en la zona de chapinero en el mismo sitio del local comercial por un valor de canon mensual de 1.400.000 pesos, se pagará en servicios públicos e internet de 760.000 pesos y costo de transporte operativo por 200.000 pesos.

Imagen 6. Diseño de la tienda



Para el local de comercio de nuestros productos se escogerá la ubicación en la localidad de chapinero, el costo del canon del arriendo mensual está incluido dentro del valor pagado por arrendamiento de la planta de producción, al igual que los servicios públicos y otros gastos relacionados.

4.3 INVERSIÓN EN MAQUINARIA Y EQUIPO REQUERIDO.

Para la puesta en marcha de la operación, se hace necesario invertir en maquinaria, muebles y enseres y vehículos.

Para el proceso de producción se comprará un pulpo de seis brazos, una impresora de telas digital, una termofijadora, un computador de escritorio, una impresora convencional. Una mesa de moldes y una mesa para empaquetado.

Para la adecuación del local comercial se comprará un sofá, una mesa de exhibición, un exhibidor de camisetas de pared, se adecuaran dos vestieres y se adquirirá una máquina registradora.

Para la distribución del producto al punto de venta y para la entrega de domicilios se comprarán dos motocicletas.

A continuación se detalla la inversión requerida en términos de maquinaria, muebles y enseres para el funcionamiento y operación del proyecto: (Ver tabla 3)

Tabla 6. Inversión en maquinaria y equipo

Inversión en maquinaria	Clasificación	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Impresora de telas	MAQUINAS	1	20.000.000	\$20.000.000
Pulpo 6 brazos y Secadora	MAQUINAS	1	7.500.000	\$ 7.500.000
Termo fijadora	MAQUINAS	1	1.000.000	\$ 1.000.000
Computador	COMPUTADORES	2	2.000.000	\$ 2.000.000
Impresora	COMPUTADORES	1	300.000	\$ 300.000
Total Inversión en maquinaria				\$ 30.800.000
Muebles local comercial				
Sofá	MUEBLES Y ENSERES	1	550.000	\$ 550.000
Mesa de exhibición	MUEBLES Y ENSERES	1	800.000	\$ 800.000
Exhibidor de camisetas hombre y mujer	MUEBLES Y ENSERES	2	1.200.000	\$ 2.400.000
Vestier hombre y mujer	MUEBLES Y ENSERES	2	150.000	\$ 300.000
Caja	MUEBLES Y ENSERES	1	700.000	\$ 700.000
Total muebles local comercial				\$ 4.750.000
Muebles Planta de Producción				
Exhibidor de camisetas	MUEBLES Y ENSERES	1	2.000.000	\$ 2.000.000
mesa de empaque	MUEBLES Y ENSERES	1	1.000.000	\$ 1.000.000
mesa de moldes	MUEBLES Y ENSERES	1	800.000	\$ 800.000
Total				\$ 3.800.000
Total Muebles				\$ 8.550.000
Inversión en vehículos	VEHICULOS	2	4000000	\$ 8.000.000
Total				\$ 8.000.000

4.4 COSTOS DE OPERACIÓN DE LA EMPRESA.

4.4.1 Costo Variable Unitario.

A continuación se detallan los costos variables por unidad producida, relacionados con materia prima, transformación distribución y empaquetado del producto: (ver tabla 4)

Las camisetas se compran terminadas en términos de confección, se procede con el estampado y empaquetado.

Tabla 7. Costo variable unitario

Variable	Costo
Camiseta	5,000
Impresión	3,000
Distribución	3,000
Empaque	1,000
Costo Total	12,000
Precio Venta	27,000

4.4.2 Costos Fijos de Operación

A continuación se detallan los costos fijos de producción que tendrá la empresa: (Ver tabla 5)

Tabla 8. Costos fijos

Variable	Costo
S. Públicos	760,000
Transporte	200,000
Dotación Personal	15,000
Nomina	6,300,000
Mantenimiento Equipos	50,000

4.4.3 Gastos Fijos de Administración

A continuación se detallan los gastos fijos de administración que tendrá la empresa: (Ver tabla 6)

Tabla 9. Gastos fijos

Variable	Costo
Cafeteria y Aseo	400,000
Gastos Bancarios	12,000
Arrendamiento	1,400,000
Papelería	50,000

4.5 PERSONAL REQUERIDO.

El recurso Humano requerido para la operación de Tube Tees consta de un equipo de 7 personas para el primer año, 5 empleados operativos con salario de \$700.000, quienes por su cuenta pagan aportes a seguridad social y EPS, y 2 administrativos con salario igual a 1'400.000 en las mismas condiciones.

Para los años 2 y 3 se incrementará en 1 trabajador el recurso empleado para la actividad operativa y se le incrementará el salario en \$50.000 por año a los dedicados a dicha actividad.

A continuación encontrará el organigrama organizacional y el manual de funciones. (Ver Imagen 7 y tabla 6)

Imagen 7. Organigrama Tube Tees

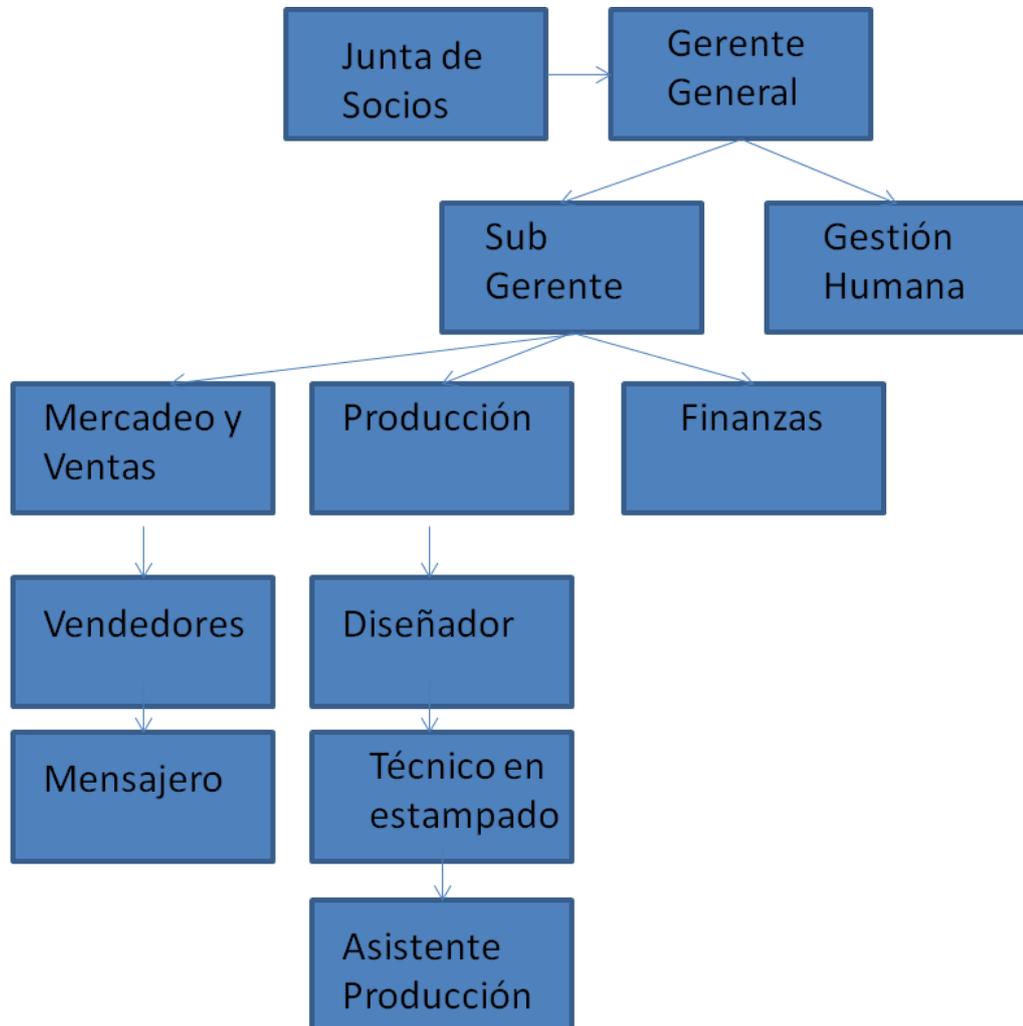


Tabla 10. Manual de funciones por cargo

MANUAL DE TUBE TEES			
MANUAL DE FUNCIONES			
AREA	CARGO	FUNCIONES	PERFIL
	Gerente General	Dirigir, coordinar, supervisar y dictar normas para el eficiente desarrollo de las actividades de la Entidad en cumplimiento de las políticas adoptadas por la Junta Directiva.	Licenciado en Administración de Negocios Internacionales, con experiencia para dirigir gente
Mercadeo y Ventas	Sub Gerente	Analizar el mercado, analizar la competencia, diseñar, planear, implementar y controlar estrategias.	Licenciado en Administración de Negocios Internacionales, con experiencia para dirigir gente
	Vendedor	Servirle al cliente de la mejor manera para poder entregarle el producto que se adecue a las necesidades del mismo	Técnico en ventas del Sena, con experiencia de mínima de un año en ventas
Producción	Sub Gerente	Utilizar los insumos de la mejor manera para poder producir un bien final eficiente en costos y en calidad para el cliente.	Licenciado en Administración de Negocios Internacionales, con experiencia para dirigir gente
	Diseñador	Concebir, generar y desarrollar los diseños de Tube Tees	Licenciado en Diseño Grafico con experiencia mínima de un año
	Técnico en estampado	Administrar y coordinar eficientemente las ordenes de producción enviadas por el Subgerente	Técnico en estampado del Sena con experiencia mínima de un año
	Asistente producción	Coordinar con el técnico en estampado para brindarle apoyo operativo en todo el proceso.	Bachiller Académico con experiencia en estampado de mínimo 1 año
Finanzas	Sub Gerente	Las principales funciones del encargado en finanzas es controlar todo el método de financiación, inversión, propuestas de valor para ser más eficientes financieramente la empresa y presentar informes necesarios para el funcionamiento legal de la misma	Licenciado en Administración de Negocios Internacionales, con experiencia para dirigir gente
Gestión Humana	Gerente General	Desarrollar procesos que permitan la correcta elección del personal adecuado para la empresa así como seleccionar los mismos.	Licenciado en Administración de Negocios Internacionales, con experiencia para dirigir gente

4.6. POLÍTICAS DE CALIDAD

Tube Tees se compromete a producción y comercialización de prendas de vestir que satisfagan el cien por ciento de nuestros clientes para lograr una fidelidad a largo plazo, optimizando nuestros procesos y recursos.

Tube Tees cuenta con un recurso humano alegre y proactivo dispuesto siempre a atender las necesidades de nuestros clientes buscando la mejora continua de todos nuestros procesos y productos. El equipo humano es consciente del logro de la calidad propuesta por la compañía y un óptimo trabajo en equipo para alcanzar las metas propuestas por la compañía.

Para el quinto año de operación Tube Tees entrara en el proceso de creación de estándares de calidad como el ISO 9001 para aumentar la confianza en nuestros clientes y tener poder certificar de la calidad del producto ofrecido.

4.7 GESTIÓN DE INVENTARIOS.

Se manejará un inventario inicial de \$8.736.000, debido a que existe facilidad para la adquisición de los productos en caso de escases y a las variaciones en las ventas a los largo de los meses del año, se iniciará operación en el mes de febrero, el cual, se espera sea un mes de ventas bajas con relación a otros meses por ser posterior a la época decembrina y periodo de vacaciones.

4.8 MEDIO AMBIENTE Y PRODUCTOS CONTAMINANTES

Tube Tees es una organización comprometida con el cuidado del medio ambiente Los desechos producidos son eliminados adecuadamente, siendo clasificados y debidamente empacados.

El empaque de las camisetas Tube Tees, reduce el uso de las bolsas plásticas y puede ser utilizado por los clientes para diferentes fines, evitando así la producción de desechos. Adicionalmente, La empresa genera procesos de reciclaje y de logística inversa para aquellos productos que salgan defectuosos convirtiéndolos, en la medida de lo posible, en nuevos productos.

Utilizaremos tintas a base de agua para no contaminar el medio ambiente con químicos.

5. ASPECTOS LEGALES.

5.1. SELECCIÓN DE LA FIGURA JURÍDICA

Tube Tees se va a conformar por medio de la figura SAS la cual permite cumplir con la visión de crecimiento constante y si en algún momento necesitamos de algún socio para impulsar más este crecimiento por medio de esta figura lo vimos más viable ya que tenemos la opción de emitir acciones de la empresa.

5.2 ASPECTOS TRIBUTARIOS DE LA EMPRESA.

Tendremos para Tube Tees el beneficio que nos ofrece la reforma tributaria del 2012 y es que para el impuesto de la renta no pagaremos este impuesto y para los siguientes años se pagara un menor porcentaje gradualmente hasta llegar a la tasa normal , siendo esto muy positivo ya que nuestra utilidad neta será mayor en los primero años logrando así una recuperación del capital invertido más rápida.

De la misma forma nos veremos beneficiados para el pago de parafiscales ya que se pagara gradualmente el impuesto total y obtendremos mejores resultados.

Nuestro código CIU es el 1730 para el cual pagaremos un impuesto del ICA del 11,04*1000.

6. TEMPORALIZACION Y GESTIÓN DE LA PLANIFICACIÓN

Si tenemos en cuenta que muchos de los diseños se encuentran predeterminados y que el cliente escogerá entre estos para los pedidos y por otra parte, que las camisetas enviadas a exhibición son escogidas por el equipo, minimizamos el tiempo de preparación y diseño del producto, dedicándose este únicamente para los pedidos especiales, podemos afirmar que la capacidad de producción de la planta depende directamente de la etapa más demorada del proceso. Al contar con tres procesos diferentes para el estampado y tomando ocho horas productivas los cinco días de la semana

encontramos que la planta Tube Tees tienen capacidad para producir 960 camisetas mediante la técnica serigrafía, 1440 mediante impresión digital y 2400 mediante técnica transfer, para un total de 4800 camisetas al mes y 57600 camisetas al año. Lo cual es superior a la demanda esperada.

7. ASPECTOS FINANCIEROS.

7.1 INVERSIÓN REQUERIDA.

Para comenzar con la operación en las condiciones establecidas se necesita una inversión total de \$117.350.000, los cuales corresponden en un 40% a la adquisición de activos fijos y en un 60% a inversión en capital de trabajo. El total del monto se consigue mediante el aporte de los socios del proyecto Tube Tees.

7.2. PROYECCIONES DE VENTA,

Al finalizar el primer año la empresa habrá vendido 364.5 millones de pesos. En el segundo año de operación los ingresos por venta de Tube Tees crecerán un 13,63%. Vendiendo un total de 414.1 millones de pesos y al finalizar el tercer año Tube Tees aumentará en un 16,97% sus ingresos por ventas con respecto al segundo año. Estos incrementos se justifican en el crecimiento que ha venido teniendo la industria y en los esfuerzos de la organización para incrementar las ventas, tales como inversión en publicidad, renovación frecuente de diseños, etc.

A continuación se detallan los ingresos por venta mes a mes para el primer año de operación, teniendo en cuenta un estudio de mercado del sector que hizo posible identificar la variación esperada de las ventas en los diferentes periodos del año

Tabla 11. Ingresos mensuales primer periodo

INGRESOS OPERATIVOS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
VENTAS DE CONTADO	2.187.000	2.551.500	2.551.500	2.551.500	3.645.000	3.280.500
VENTAS A 30 DIAS						
VENTAS A 60 DIAS						
VENTAS A 90 DIAS				17.496.000	20.412.000	20.412.000
VENTAS A 120 DIAS					2.187.000	2.551.500
VENTAS A 150 DIAS						
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS	2.187.000	2.551.500	2.551.500	20.047.500	26.244.000	26.244.000

INGRESOS OPERATIVOS	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
VENTAS DE CONTADO	2.916.000	2.916.000	2.916.000	3.645.000	5.103.000	2.187.000
VENTAS A 30 DIAS						
VENTAS A 60 DIAS						
VENTAS A 90 DIAS	20.412.000	29.160.000	26.244.000	23.328.000	23.328.000	23.328.000
VENTAS A 120 DIAS	2.551.500	2.551.500	3.645.000	3.280.500	2.916.000	2.916.000
VENTAS A 150 DIAS						
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS	25.879.500	34.627.500	32.805.000	30.253.500	31.347.000	28.431.000

7.3 PUNTO DE EQUILIBRIO

Teniendo en cuenta la estructura de costos y gastos fijos y el margen de contribución de la empresa, se llega a la conclusión que la organización requiere vender \$ 227.051.554 al año para no perder ni ganar dinero. Para esto se requieren ventas mensuales promedio de 18,9 millones de pesos.

Al analizar las proyecciones de ventas se determina que la empresa, en el primer año, alcanza el punto de equilibrio, pues el valor recibido por ventas supera el punto de equilibrio.

7.4 ESTADO DE RESULTADOS

El estado de resultados en el primer año, muestra una utilidad por 74,57 millones de pesos con una rentabilidad bruta del 34,53% y una rentabilidad sobre ventas del 20,46% anual.

Para el segundo año se registra una utilidad proyectada de \$ 81.78 millones de pesos, una rentabilidad bruta del 34% y una rentabilidad sobre ventas del 20%.

Para el tercer año la utilidad alcanzaría un valor de 74,24 millones de pesos, rentabilidad bruta del 34% y una rentabilidad sobre ventas del 15%. Esta disminución en el porcentaje de rentabilidad se explica por los impuestos a pagar, teniendo en cuenta la ley que exhime a Tube Tees de su pago durante los dos primeros periodos.

El equipo considera una utilidad aceptable o buena, teniendo en cuenta los niveles de rentabilidad del mercado y el riesgo del negocio.

7.5 FLUJO DE CAJA.

El flujo de caja proyectado del primer año nos indica que el proyecto es viable en términos de disponibilidad de dinero presentándose un superávit en el saldo final para todos los periodos, el cual permite cubrir aquellos periodos en los que el flujo neto de efectivo es negativo por un bajo volumen de ventas.

El menor superávit que se presenta corresponde a un valor de \$ 4.128.527

Para el quinto mes, se estima que este valor es suficiente para sortear posibles eventualidades.

7.6 ANALISIS FINANCIERO DE VIABILIDAD

Para el proyecto se estimo una inversión de \$ 117.350.000 realizada al inicio del proyecto por aporte de socios. Al primer año de operación, la proyección arroja un flujo de efectivo de 40,04 millones de pesos, para el segundo año de 73,51 millones de pesos y para el tercero de 84,99 millones de pesos. Esto nos arroja una tasa interna de Retorno (TIR) del 27,65% que comparada con el interés esperado de los inversionistas, que es del 25%, nos lleva a la conclusión de que el proyecto es viable y supera incluso las expectativas del grupo de socios.

Para comprobar que el proyecto es viable como lo indica la TIR, se calculó además el Valor Presente Neto de la inversión (VPN) con el fin de conocer si los ingresos futuros generados por la operación representarían ganancias en la actualidad, la VPN obtenida es de 5'243.200, que al ser un valor positivo nos ratifica la viabilidad del proyecto.

El periodo de recuperación de la inversión es importante para el equipo emprendedor con el fin de conocer en qué momento pueden empezar a percibir ganancias del negocio teniendo en cuenta la inversión realizada. La suma de las utilidades del año uno y dos supera la inversión de \$117.350.000 realizada en al inicio de la operación, por lo cual concluimos que la inversión se recupera antes de finalizar el segundo año. Lo cual, es aceptado por el grupo de socios.

8. VALORACIÓN DEL EQUIPO EMPRENDEDOR Y DE LA EMPRESA EN EL MEDIO.

Tabla 12. DOFA

Fortalezas	Oportunidades
<p>*Somos un equipo comprometido y responsable con las tareas tanto personales como empresariales.</p> <p>*Somos emprendedores innatos siempre hemos sido proactivos con nuestras ideas de crear empresa.</p> <p>*Tube Tees ofrece exclusividad a un bajo precio algo que no está presente en muchas empresas que se encuentran en el mercado colombiano</p>	<p>* Oportunidad de posicionar una empresa que no existe actualmente en el mercado ofreciendo para todos los colombianos la posibilidad de expresar sus sentimientos a través de Tube Tees</p> <p>*Acaparar más mercado y encontrar nuevos nichos a los que antes no se tenía acceso</p>
Debilidades	Amenazas
<p>*Encontrar un equipo humano adecuado para la organización con visión positiva y emprendedora</p> <p>*La empresa no es reconocida aun en el mercado</p>	<p>*Lleguen o surjan empresas con productos sustitutos al mercado Colombiano</p> <p>*La competencia adopte el modelo de personalización y exclusividad</p>

Para minimizar las debilidades vamos a buscar perfiles de personas con experiencia y que se vea que tienen una visión positiva implementando métodos de selección de personal. Adicional a esto para que la empresa sea reconocida en el mercado vamos a invertir en publicidad en medios masivos año tras año para que al final se vea reflejado en mayores ventas.

Mediante las fortalezas vamos a potencializarlas ofreciendo lo que el cliente desea y vamos a incentivar a el mismo a que nos envíen sus ideas de diseños para lograr este objetivo.

Para minimizar las amenazas nos vamos a potencializar como los lideres en el mercado colombiano en cuanto a exclusividad de camisetas mediante una publicidad bien efectiva y el reconocimiento por parte de nuestros clientes incentivándolos a generar voz a voz entre los mismos.

Con nuestros diseños vamos a propiciar la entrada a nuevos nichos con nuestros diseños acorde a la forma de pensar de los mismos como por ejemplo entrar fuertemente al nicho de LGTB que tiene un gran potencial y es poco explorado.

9. Bibliografía

- Expansión.com. (22 de 11 de 2012). Recuperado el 27 de 11 de 12, de <http://www.expansion.com/2012/11/22/empresas/transporte/1353596100.html>
- Gonzalez, V. L. (Junio de 2012). Colombia Textil: Cifras recientes. *Textiles Panamericanos*.
- Inexmoda. (2011). Obtenido de <http://www.inexmoda.org.co/prensa/Incrementodel415enelconsumodevestuario/tabid/5836/Default.aspx>
- Real Academia de la Lengua Española. (2012).
- Real Academia de la Lengua Española. (s.f.). *Vigésima segunda edición*.