

ORIGINAL SPORT S.A.

Autores

Mónica Mendoza

Diana Milena Pabón.

\*Carolina Pérez

Corporación Universitaria de Educación Superior CUN

Opción de Grado II

Bogotá Noviembre 24 de 2012

\*Tutora

## CONTENIDO GENERAL

	<b>Pág.</b>
1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN.....	03
2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	04
2.1 Enunciado del problema.....	04
2.2 Formulación del problema.....	05
3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	06
3.1 Objetivos generales.....	06
3.2 Objetivos específicos.....	06
4. JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	07
4.1 Justificación.....	07
4.2 Delimitación.....	07
5. MARCO DE REFERENCIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	08
5.1 Marco teórico.....	08
5.2 Marco conceptual.....	08
6. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	09-10
7. FUENTES DE OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN.....	11-12-13
<b>8. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES Y PRESUPUESTO DE INVERSIÓN PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO DE MICROEMPRESA.....</b>	<b>14-15</b>
9. PLAN DE INVERSIÓN.....	16-17-18-19-20-21
10. BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA .....	22

## **1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN**

**Análisis de Proyecto de Microempresa dirigido a Jóvenes encaminados al proceso de actividades deportivas en beneficio de su Desarrollo social y Psicomotriz en la entrega de un producto completo y satisfactorio como es el uniforme deportivo.**

## 2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 2.1. Enunciado del problema.

La creación de esta Microempresa surge con el deseo de hacer parte de la Industria Textil y Confección, nace de la idea de ofrecer un producto terminado a la población deportista (hombres, mujeres y niños) teniendo como base primordial el pensamiento del cliente en la generación del modelo del producto (sudaderas y/o uniforme deportivo). Se basa en la necesidad del cliente, con relación a querer utilizar modelos o prendas diseñadas de forma original, solo como cada uno de ellos llegaría a desear una prenda deportiva que simplemente diga “ESE SOY YO”.

En la actualidad, el deporte viene tomando cada vez más importancia en los diferentes campos donde se desarrolla, estos campos pueden ser su centro de estudios, de labores o simplemente su hogar. Además, está destinado en gran parte, a su apariencia personal. Pensando en esta realidad es que aparece en el mercado una marca de prendas deportivas ORIGINAL SPORTS, exclusivamente para la Población Deportista.

ORIGINAL SPORTS, es una línea de ropa deportiva para damas, caballeros y niños con una gran variedad en medidas y diseños personalizados encaminado a un público perteneciente a una sociedad activa con un autoestima alto y una marcada personalidad

## **2.2. Formulación del problema.**

1. ¿Cómo puede llegar al mercado internacional la pequeña microempresa de textiles ropa deportiva?
2. ¿Tienen los deportistas autonomía para la creación de sus uniformes con material moderno que brinda el mundo globalizado?
3. ¿Podemos con este proyecto abrir caminos competitivos hacia otros lugares?

### **3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. Objetivo general.**

Dar a conocer los productos (sudaderas y/o uniformes deportivos), los cuales son de la mejor calidad y para que los consumidores queden satisfechos.

#### **3.2. Objetivos específicos.**

- 3.2.1. Generar empleo, teniendo como prioridad al sector vulnerable (madres cabeza de hogar y solteras) aportando ideas para mejorar la economía del país.
- 3.2.2. Adquirir personal capacitado para satisfacer de manera específica las necesidades de cada Cliente.
- 3.2.3. Identificar las acciones que está realizando el gobierno, para apoyar las microempresas textiles ante los retos de la competitividad.
- 3.2.4. Identificar la forma más viable de organización que debe darse a la industria textilera en Colombia.

## **4. JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

### **4.1. Justificación.**

Esta empresa surge de la necesidad del mercado juvenil deportista, de encontrar prendas de excelente calidad, diseños novedosos, diversidad de productos para hombres, mujeres y niños a precios accesibles con el fin de reunirlos en un solo lugar con un punto de venta cómodo y que esté al alcance de la comunidad en general para ser visualizada y si es posible, su compra a través de una atención óptima y especializada en el campo deportivo.

Es así como nace la idea de manufactura y venta de ropa deportiva para hombres, mujeres y niños, la cual, para asegurarse de que los productos sean de buena aceptación al público deben cumplir con normas y controles de calidad, estableciendo el diseño de cada cliente en su punto de producción.

### **4.2. Delimitación.**

Este proyecto reúne a un grupo de estudiantes emprendedores en aras de crear una empresa a nivel nacional teniendo como base un negocio familiar e implementando los conocimientos adquiridos en el área contable y generando empleo en Colombia. Ofreciendo al cliente un producto de calidad que cumpla con sus exigencias y necesidades y que al mismo tiempo nos permita competir tanto en el mercado nacional como el internacional.

## **5. MARCO DE REFERENCIA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **5.1.Marco teórico.**

Con el paso del tiempo, el hombre ha creado beneficios en la forma de vestir buscando comodidad en ella pero sin perder la clase y el estilo.

Es de anotar que la ropa deportiva aparte de que es con la que se hace deporte es con la que el hombre ha podido estar más cómodo por ser suelta de su cuerpo. Utilizando tela como el algodón y la fibra de rayón entre otras.

En este orden de ideas nace la microempresa ORIGINAL SPORT S.A. que busca satisfacer la necesidad del hombre para su forma de vestir de manera original, cómoda y respetuosa sin perder su respeto y responsabilidad como hombre en la sociedad.

### **5.2.Marco conceptual.**

ORIGINAL SPORT S.A. es una empresa que ofrece a sus clientes la producción y comercialización aplicados a una gran línea de productos de ropa deportiva, en líneas de textiles, materiales para confección implementando nuevos sistemas de mercado para ser los líderes textiles logrando una excelente compañía que satisfaga las necesidades de los clientes internos como externos, ofreciéndole al país una compañía pujante que genere desarrollo y empleo.

ORIGINAL SPORT S.A fue creada para suplir las necesidades de los clientes, lo cual impulsa a la compañía en la búsqueda de nuevos mercados, mediante el mejoramiento de la calidad por eso en el 2017, se lograra ser la mejor empresa de confección y comercialización de ropa deportiva de Colombia, que brinde nuevos productos y servicios que satisfagan las necesidades de los consumidores.

## **6. POBLACIÓN Y MUESTRA**

### **¿CUÁL ES EL GRUPO OBJETIVO AL QUE SE OFRECERÁ EL PRODUCTO O SERVICIO?**

La población que se busca alcanzar e incursionar es la población capitalina en Bogotá.

### **¿CUÁL ES EL BENEFICIO DEL PRODUCTO O SERVICIO?**

No sólo ofrecemos productos textiles y de confección deportiva de alta calidad si no también servicios personalizados a cada cliente para que accedan a productos originales.

### **¿POR QUÉ LOS CLIENTES COMPRARÍAN EL SERVICIO?**

Porque son productos y servicios de alta calidad con un precio muy cómodo.

### **¿CÓMO SE LLEGARÁ A LOS CLIENTES, ES DECIR CUÁL ES LA ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN?**

La estrategia para llegar al cliente, es de manera masiva y de fidelidad. Ya que como es una pequeña empresa, un taller de “casa”, los clientes llegan por recomendación de otros.

### **¿CUÁL ES LA ESTRATEGIA DE VENTAS?**

Precios bajos siempre, tendremos los precios más bajos del mercado. Al tener precios bajos los precios podríamos estar dándole un duro golpe a la competencia, aunque debemos tener cuidado con esta estrategia pues además de reducir nuestro margen de ganancias, por querer reducir costos, podríamos terminar reduciendo la calidad del producto.

Lo recomendable es utilizar esta estrategia de ventas cuando la calidad de nuestros productos no se vea comprometida, cuando nuestro público esté conformado por compradores sensibles a los precios, y cuando no sea fácilmente imitable por la competencia.

Uso de testimonio, otra estrategia de ventas consiste en el uso de testimonios de clientes que hayan quedado satisfechos con nuestros productos o servicios. Estos testimonios podríamos publicarlos en nuestros folletos, página web, anuncios impresos o en cualquier otro medio publicitario, o simplemente podríamos optar por nombrar los clientes importantes que hayamos tenido, al momento de tratar de vender un producto o servicio

Búsqueda de referidos, finalmente, otra estrategia de ventas consiste en buscar referidos, es decir, clientes que nos recomienden con otros consumidores, o que nos ayuden a conseguir nuevos clientes. Para ello, podríamos incentivar a nuestros clientes ofreciéndoles descuentos especiales si nos llegan a conseguir otros clientes, o simplemente entregarles cupones para que se los entreguen a sus conocidos, con los cuales éstos puedan canjearlos por descuentos, o puedan probar gratuitamente nuestros servicios.

### **¿CÓMO SE PIENSA PRESERVAR EL RECONOCIMIENTO DE MARCA?**

Una empresa en miras de posicionarse, nunca llegará a ser líder en ventas sin ser primero líder en la mente de los usuarios, por ello se ha determinado.

- Lograr un reconocimiento de marca, el cual implica asociar nuestra marca a los valores adecuados y transmitir estos valores a través de los canales adecuados.
- La estrategia de medios nos posibilitará posicionar nuestra marca en el mercado.
- Esta estrategia de medios viene definida por el *target* al que nos dirigimos.

### **¿CÓMO SE VA A PROTEGER LA IDEA DE NEGOCIO?**

Registrando nuestras marcas de producto, y nombre siendo una Microempresa personal con sus registros propios.

### **¿QUÉ TIPO DE PUBLICIDAD VA A UTILIZAR?**

7. Revistas
8. Redes sociales

## 7. FUENTES DE OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN

### 7.1. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

#### ¿Quiénes son los competidores?

- DEPORTIVOS MZ
- AMADEA DYNAMIC WEAR
- GRANDES EMPRESAS DE CONFECCIÓN DEPORTIVA (Distribuidoras mayoristas)

#### ¿Dónde se encuentran los competidores y cuál es su poder negociador?

Nuestros competidores se encuentran en un nivel estrella, alto en el mercado donde sus clientes son numerosos y tienen varias sedes en el país.

#### ¿Hay productos similares o sustitutos, cuáles son?

Hablando de nuestro competidor número uno que es Amadea Dynamic Wear, si existen productos iguales entre nosotros los cuales son:

- Ropa deportiva para mujeres, con telas inteligentes.
- Con el producto buscan que el cliente se sienta bien y cómodo

#### ¿Cuáles son los obstáculos o barreras de entrada al negocio?

Posicionarnos en el mercado y entrar en la mente de los usuarios con nuestras nuevas propuestas.

- La competencia
- El reconocimiento
- Ganar la confianza del cliente

### **¿Cuáles son las debilidades de la competencia?**

- Las líneas de productos no son tan altas
- La mayoría de precios son más altos

### **¿Cuáles son los atributos del proyecto que no tiene la competencia?**

Aunque la competencia tiene muchos puntos a favor, se ofrece una gran variedad de puntos a favor para en el producto los cuales son

- Excelente calidad en telas, calidad textil colombiano.
- Diseños únicos y originales
- Excelente mano de obra y terminación del producto
- Productos de alta durabilidad, debido a la excelente calidad de la tela e hilos utilizados
- Servicios de mano de obra y asesorías personalizadas.

Este conjunto de excelentes y calidad en el producto y en el servicios se convierte en nuestra cadena de valor para que nuestra empresa sea la número uno a nivel del país.

## **7.2. ESTUDIO TÉCNICO**

### **Proceso técnico del producto o servicio**

El proceso conlleva la comercialización y distribución al por mayor de productos de confección deportiva, y la prestación de los servicios indispensables para el uso de estos productos.

### **¿Qué tipo de infraestructura física se requiere?**

El Centro Logístico se encuentra en Bogotá en el barrio Galán en una zona de fácil acceso. En dicho centro se realiza un exhaustivo control de producción, control de calidad y entrega del producto final, lo que permite el reconocimiento en el sector.

### **¿En qué áreas existe riesgo técnico?**

El reconocimiento de las marcas de la empresa con la cual se entra a competir es muy fuerte pues ha tenido una gran acogida en el país, claramente no solo podemos hablar de ORIGINAL SPORT S.A. Pues nuestra competencia hablando de los mayoristas es grande, y existen muchas empresas reconocidas con productos de excelente calidad así que se podría ver vulnerable ante el hecho que nuestra competencia es muy reconocida.

**¿Cuáles son las fechas claves para el desarrollo? ¿Cuándo debe estar listo?**

La fecha para la apertura e inauguración de ORIGINAL SPORT S.A. al público será a finales de febrero de 2013, luego de varios meses de organización y legalización en todos los aspectos pertinentes.

**¿Cuál será la política de calidad?**

ORIGINAL SPORT S.A. está comprometido con el cliente, porque la empresa trabaja para la satisfacción de los clientes, ofreciendo una amplia gama de productos de excelente calidad, y a precios económicos con un excelente servicio personalizado, como empresa encaminada hacia el bienestar de los clientes internos y externos.

**¿Qué tipo de personal y en qué cantidad se requiere para la implementación del negocio?**

Se requiere un personal especializado en cada una de las áreas que se maneja, es decir personal capacitado para cada una de las líneas de los productos textiles y de confección que estén capacitados para asumir estos cargos y claramente estén comprometidos con ellos mismos y con la empresa.

**Cuál es el presupuesto para iniciar y poner en marcha el negocio**

Nuestro presupuesto inicial para iniciar con este gran proyecto es correspondiente a una inversión de capital obtenido por vía crediticia.

## **8. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES Y PRESUPUESTO DE INVERSIÓN PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO DE MICROEMPRESA.**

### **¿CÓMO SE DETERMINARÁ EL PRECIO UNITARIO?**

De acuerdo a la proyección presupuestada determinamos un mínimo de utilidad **del 22.12% Anual en las chaquetas y 22.18% Anual en los pantalones.**

### **¿CUÁL ES EL SISTEMA DE COSTOS?**

Debido a que la actividad principal es la producción y comercialización, el sistema de costo que se va a implementar es el de Costos Estándar basado en los promedios, debido al gran volumen de productos que se manejan en cada una de las líneas, que permite llevar de forma más eficiente, más práctica y más ágil siempre los valores diarios de los costos.

### **¿CUÁLES SON LAS VÍAS DE FINANCIACIÓN?**

La vía de financiación que vamos a utilizar es mediante un crédito con el Banco Bancamia, durante un plazo de tres años.

## **8.1 ANÁLISIS ORGANIZACIONAL**

### **¿Qué tipo de sociedad sería la adecuada para el negocio?**

La sociedad más adecuada es la correspondiente por acciones simplificadas porque este nuevo tipo brinda a los empresarios del país las ventajas de las sociedades anónimas y al mismo tiempo les permite diseñar los mecanismos de gobernabilidad de sus empresas a la medida de sus necesidades.

En términos generales este nuevo tipo societario ofrece flexibilidad en temas tales como:

constitución, organización y funcionamiento, convocatorias, reformas estatutarias y reorganización de la sociedad, juntas directivas y acuerdos de accionistas, entre otros.

## **8.2. ESTUDIO FINANCIERO.**

### **¿Cuáles deben ser las ventas mensuales en pesos en el primer año?**

Las ventas mensuales están estimadas en \$4.500.000.00.

### **¿Cuáles son los costos mensuales?**

Los costos mensuales determinados por mercancías están presupuestados en \$195.000.00, este es un costo variable debido a que por mes se pueden realizar más o menos de las chaquetas realizadas al mes.

### **¿Cuáles son los gastos mensuales?**

Entre los gastos mensuales tenemos los correspondientes a nómina, servicios, mantenimiento, y sostenimiento, los cuales se estiman en \$174.850.00

### **¿Cuáles son las necesidades de dinero en efectivo?**

Las necesidades de dinero en efectivo son bastantes apremiantes debido a las obligaciones contraídas, y así mismo llevar a cabo el sostenimiento de nuestra empresa.

### **¿Cuánto hay que vender cada mes para no perder dinero?**

Según estimaciones de los \$195.000.00 estimados por ventas, al mes como mínimo para el inicio de nuestras actividades.

## 9. PLAN DE LA INVERSIÓN

### MAQUINARIA

<b>MÁQUINAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>
PLANA	1	\$680.000.00
FILETEADORA	1	\$1.020.000.00
COLLARÍN	1	\$1.000.000.00
CORTADORA	1	\$300.000.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$3.000.000.00</b>

### MUEBLES Y ENSERES

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>
ESCRITORIO	1	\$110.000.00
ESPEJO	1	\$35.000.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$145.000.00</b>

### GASTOS LEGALES

PAPELES LEGALES	\$64.000.00
-----------------	-------------

### TOTAL PLAN DE INVERSIÓN

	<b>TOTAL</b>
MAQUINARIA	\$3.000.000.00
MUEBLES Y ENSERES	\$145.000.00
GASTOS LEGALES	\$64.000.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$3.209.000.00</b>

### 9.1. HOJA DE COSTO VARIABLE.

HOJA DE COSTO VARIABLE DE UNA CHAQUETA				
<b>TIPO DE PRODUCTO:</b>				
CHAQUETA				
<b>REFERENCIA:</b> TALLA S				
<b>COLOR:</b> AZUL				
<b>PRECIO DE VENTA POR UNIDAD:</b> \$40.000.00				
<b>PRODUCTOS VENDIDOS EN EL MES:</b> 5				
COSTO UNITARIO TOTAL DE UNA CHAQUETA				
MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE COMPRA	COSTO UNITARIO	UNIDADES UTILIZADAS EN EL PRODUCTO	COSTO
MALLA	1 METRO	\$ 2.000	1,30	\$ 2.600
TELA	1 METRO	\$ 11.500	1,30	\$ 14.950
EMBONE	1 METRO	\$ 300	2	\$ 600
HILO	TUBO 2000 YARDAS	\$ 2.700	100	\$ 27
CREMALLERA	DOCENA	\$ 1.000	1	\$ 1.000
<b>COSTO TOTAL DE MATERIA PRIMA</b>				<b>\$ 19.177</b>

<b>HOJA DE COSTO VARIABLE DE UN PANTALÓN</b>				
<b>TIPO DE PRODUCTO:</b> PANTALON				
<b>REFERENCIA:</b> TALLA S				
<b>COLOR:</b> AZUL				
<b>PRECIO DE VENTA POR UNIDAD:</b> \$35.000.00				
<b>PRODUCTOS VENDIDOS EN EL MES:</b> 5				
<b>COSTO UNITARIO TOTAL DE UNA PANTALÓN</b>				
<b>MATERIAS PRIMAS</b>	<b>UNIDAD DE COMPRA</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>UNIDADES UTILIZADAS EN EL PRODUCTO</b>	<b>COSTO</b>
MALLA	1 METRO	\$ 2.000	1,20	\$ 2.400
TELA	1 METRO	\$ 11.500	1,20	\$ 13.800
EMBONE	1 METRO	\$ 300	2,4	\$ 720
HILO	TUBO 2000 YARDAS	\$ 2.700	100	\$ 27
CAUCHO	1 METRO	\$ 500	0,5	\$ 250
<b>COSTO TOTAL DE MATERIA PRIMA</b>				<b>\$ 17.197</b>

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN						
PRODUCTO O SERVICIO	UNIDADES VENDIDAS EN EL MES	PRECIO DE VENTA	COSTO VARIABLE UNITARIO	C - D MDS	B * C VENTAS EN EL MES	B * C MCS
BLUSAS	5	\$ 40.000	\$ 19.177	\$ 20.823	\$ 200.000	\$ 104.115
PANTALONES	5	\$ 35.000	\$ 17.197	\$ 17.803	\$ 175.000	\$ 89.015
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN EN % = $17197 * 100 / 17197 = 89.68\%$				TOTAL	\$ 375.000	\$ 193.130

<u>Costos Fijos</u>	=	<u>35.000,00</u>	=	<u>35.000,00</u>	=	<b>38.814,22</b>
1 - <u>Costos Variables</u>	1 -	<u>17.197,00</u>		0,901731429		
Ingresos		175.000,00				
<b>PE anual</b>		<b>38.814,22</b>		pesos		
<b>PE mensual</b>		<b>3.234,52</b>				

<u>Costos Fijos</u>	=	<u>40.000,00</u>	=	<u>40.000,00</u>	=	<b>44.242,16</b>
1 - <u>Costos Variables</u>	1 -	<u>19.177,00</u>		0,904115		

Ingresos	<u>200.000,00</u>
<b>PE anual</b>	<b>44.242,16 pesos</b>
<b>PE mensual</b>	<b>3.686,85</b>

$\frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Ingresos - Costos Variables}} = \frac{40.000,00}{200000-19177} = \frac{40.000,00}{180.823,00} = 22,12$	
<b>PE anual</b>	<b>22,12 %</b>
<b>PE mensual</b>	<b>1,84</b>

$\frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Ingresos - Costos Variables}} = \frac{35.000,00}{175000-17197} = \frac{35.000,00}{157.803,00} = 22,18$	
<b>PE anual</b>	<b>22,18 %</b>
<b>PE mensual</b>	<b>1,85</b>

<b>HOJA DE COSTOS FIJO Y GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			
<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>VALOR</b>	<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>VALOR</b>
NOMINA	\$ 15.000	<b>SERVICIOS PÚBLICOS</b>	
MANT MAQUINARIA	\$ 5.850	LUZ	\$ 15.000
ARRIENDO	\$ 4.000	AGUA	\$ 35.000
PROVISIONES	\$ 100.000		
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 124.850</b>	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 50.000</b>

<b>PRESUPUESTO MENSUAL MATERIA PRIMA</b>				
<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD DE COSTEO</b>	<b>MATERIA PRIMA</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
12,5	METRO	TELA	\$ 11.500	\$ 143.750
5	TUBO	HILO	\$ 2.700	\$ 13.500
12,50	METRO	MALLA	\$ 2.000	\$ 25.000
5	DOCENA	CREMALLER A	\$ 1.000	\$ 5.000
2,5	METRO	CAUCHO	\$ 500	\$ 1.250
22	METRO	EMBONE	\$ 300	\$ 6.600
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 195.100</b>



## 10. BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

1. (2011, 04). Proyecto Empresarial Textil. *BuenasTareas.com*. Recuperado 04, 2011, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Proyecto-Empresarial-Textil/1994292.html>.
2. <http://www.actiweb.es/proyecto110330/archivo2.pdf>.
3. <http://telecampus.cun.edu.co:8086/moodle/course/view.php?id=39&topic/contabilidaddeactivosypasivos>.