

Estructuración de empresa, identificación de problemas y posibles soluciones

**Estructuración organizacional, operacional y financiera de la empresa D'Origins,
orientando el ente económico hacia su óptimo funcionamiento**

Yeimy Paola Tavera Banguera

ID: 000261703

July Dayan Morales Naranjo

ID: 000264642

Tutor:

Yuly Paola Ramírez

Jurados:

María Fernanda Hernández

Diego Molina

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Administración financiera

Contenido

| | |
|---|-----|
| <i>Resumen</i> | 12 |
| <i>Abstract</i> | 13 |
| <i>Planteamiento del problema</i> | 14 |
| <i>Antecedentes</i> | 16 |
| <i>Objetivos</i> | 22 |
| <i>Marco conceptual</i> | 24 |
| <i>Marco teórico</i> | 38 |
| <i>Metodología</i> | 41 |
| <i>Propuesta de estructuración</i> | 49 |
| <i>Estudio de mercado</i> | 53 |
| <i>Análisis Financiero</i> | 85 |
| <i>Estimación de costos</i> | 98 |
| <i>Problemas identificados y soluciones</i> | 105 |

| | |
|--|-----|
| <i>Problemas de mercadeo</i> | 122 |
| <i>Problemas administrativos</i> | 128 |
| <i>Proyección de estados financieros año 2017 y 2018.</i> | 154 |
| <i>Flujo de caja proyectado año 2017</i> | 159 |
| <i>Conclusiones</i> | 161 |
| <i>Lista de referencias bibliográficas</i> | 164 |
| <i>Anexos</i> | 188 |

Índice de figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1. Ubicación de la fábrica..... | 43 |
| Figura 2. Ubicación del punto de venta..... | 44 |
| Figura 3. Organigrama | 49 |
| Figura 4. Clúster..... | 55 |
| Figura 5. DOFA | 57 |
| Figura 6. Cinco fuerzas de Porter | 58 |
| Figura 7. ¿D’Origins cumple adecuadamente con los términos establecidos en el pago pactado de insumos?..... | 60 |
| Figura 8. ¿Su relación con D’Origins le ofrece perspectivas de crecimiento?..... | 60 |
| Figura 9¿Considera a D’Origins una valiosa referencia de sus insumos en el mercado?..... | 60 |
| Figura 10. ¿Indique cuál ha sido el comportamiento de la compra de material que ha realizado D’Origins con ustedes? | 61 |
| Figura 11.Según el comportamiento de pago de D’Origins, ¿estaría dispuesto a ampliar los tiempos de pago?..... | 62 |
| Figura 12¿Recomendaría a D’Origins frente a otros proveedores?..... | 62 |
| Figura 13¿Estaría dispuesto a emitir facturas que cumplan con los parámetros legales para efectos de control y certificación de compra? | 63 |
| Figura 14¿Cuánto tiempo lleva siendo cliente de D’Origins?..... | 65 |
| Figura 15¿Con qué frecuencia compra chaquetas en D’Origins?..... | 65 |
| Figura 16¿Cuál es el fondo de chaqueta que usted más compra?..... | 65 |
| Figura 17¿Cuál es el color de combinado que más compra? | 66 |

| | |
|--|----|
| Figura 18. Según su experiencia, ¿qué características quisiera encontrar en los productos D'Origins? | 67 |
| Figura 19. Si el precio del producto incrementa, ¿cuánto más estaría dispuesto a pagar? | 67 |
| Figura 20 ¿Le gustaría a usted que D'Origins implementara diversos canales de venta para hacer más fácil el acceso al producto? | 68 |
| Figura 21. Si a la pregunta anterior usted respondió afirmativamente: ¿Cuál de los siguientes canales de venta le parece a usted el más indicado? | 68 |
| Figura 22. De implementarse el servicio de envío, ¿estaría usted dispuesto a pagar por el flete, para envíos a todo el país? De implementarse el servicio de envío, ¿estaría usted dispuesto a pagar por el flete, para envíos a todo el país? | 69 |
| Figura 23. Califique la atención recibida por parte de los vendedores de D'Origins | 69 |

Índice de ilustraciones

| | |
|---|-----|
| Ilustración 1. Chaqueta Zafiro | 78 |
| Ilustración 2. Chaqueta Quality | 78 |
| Ilustración 3. Chaqueta Origins | 79 |
| Ilustración 4. Chaqueta Combinada | 79 |
| Ilustración 5. Chaqueta Evolution..... | 80 |
| Ilustración 6. Chaqueta Malla Combinada | 80 |
| Ilustración 7. Marquilla de las prendas | 81 |
| Ilustración 8. Cuidados de las prendas | 81 |
| Ilustración 9. Tendencia en ventas del diseño Evolution | 86 |
| Ilustración 10. Proyección de ventas año 2017 | 88 |
| Ilustración 11. Proyección de ventas año 2018 | 88 |
| Ilustración 12. Valor Presente Neto de la inversión..... | 108 |
| Ilustración 13. Tasa interna de retorno de la inversión | 109 |
| Ilustración 14. Trazo hecho por maquina ploteadora..... | 102 |
| Ilustración 15. Diseño de página web | 124 |
| Ilustración 16. Diseños en página web..... | 124 |
| Ilustración 17. Contacto en página en web..... | 125 |
| Ilustración 18. fan page de Facebook..... | 125 |
| Ilustración 19. Razón corriente | 144 |
| Ilustración 20. Prueba acida..... | 144 |

| | |
|--|-----|
| Ilustración 21. capital neto de trabajo | 145 |
| Ilustración 22. Número de días de inventario a mano..... | 145 |
| Ilustración 23. rotación de inventario..... | 146 |
| Ilustración 24. Rotación de la cartera..... | 146 |
| Ilustración 25. Rotación de activos totales | 147 |
| Ilustración 26. Nivel de endeudamiento..... | 148 |
| Ilustración 27. Leveraje a corto plazo | 148 |
| Ilustración 28. Margen bruto de utilidad | 149 |
| Ilustración 29. Margen operacional | 149 |
| Ilustración 30. Rendimiento del patrimonio | 150 |
| Ilustración 31. Rendimiento del activo | 150 |
| Ilustración 32. Sistema DuPont | 151 |
| Ilustración 33. Cobros y pagos flujo de caja | 160 |
| Ilustración 34. Tesorería..... | 160 |

Índice de tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Datos de los competidores | 73 |
| Tabla 2. Tipo de materia prima que utilizan los competidores | 74 |
| Tabla 3. Procedencia de los materiales | 75 |
| Tabla 4. Valor agregado que le proporcionan los competidores a los clientes | 76 |
| Tabla 5. Colores de combinado de los productos de D'Origins..... | 77 |
| Tabla 6. Cifras de ventas año 2015 y 2016 por diseño. | 85 |
| Tabla 7. Análisis horizontal de ventas año 2015 versus 2016..... | 85 |
| Tabla 8. Pronósticos de ventas año 2017 y 2018..... | 87 |
| Tabla 9. Pronostico de ventas año 2017 y 2018 | 89 |
| Tabla 10. Punto de Equilibrio mensual para el año 2017..... | 90 |
| Tabla 11. Punto de equilibrio mensual..... | 91 |
| Tabla 12. Punto de equilibrio mes de enero de 2017 | 91 |
| Tabla 13. punto de equilibrio del mes de febrero de 2017 | 92 |
| Tabla 14. Punto de equilibrio mes de marzo de 2017..... | 92 |
| Tabla 15. Punto de equilibrio mes de abril de 2017 | 93 |
| Tabla 16. Punto de equilibrio del mes de mayo de 2017 | 93 |
| Tabla 17. Punto de equilibrio del mes de junio de 2017 | 94 |
| Tabla 18. Punto de equilibrio del mes de julio de 2017..... | 94 |
| Tabla 19. Punto de equilibrio del mes de agosto de 2017..... | 95 |
| Tabla 20. Punto de equilibrio del mes de septiembre de 2017..... | 95 |
| Tabla 21. Punto de equilibrio del mes de octubre de 2017 | 96 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 22. Punto de equilibrio del mes de noviembre de 2017 | 96 |
| Tabla 23. Punto de equilibrio del mes de diciembre de 2017 | 97 |
| Tabla 24. Óptimo de tela para chaqueta Zafiro | 99 |
| Tabla 25. Costeo actual chaqueta zafiro..... | 99 |
| Tabla 26. Óptimo de tela chaqueta Quality | 100 |
| Tabla 27. Costeo actual chaqueta Quality | 100 |
| Tabla 28. Óptimo de tela chaqueta Origins | 101 |
| Tabla 29. Costeo actual de chaqueta Origins | 101 |
| Tabla 30. Óptimo de tela chaqueta Combinada..... | 102 |
| Tabla 31. Costeo actual chaqueta Combinada..... | 102 |
| Tabla 32. Óptimo de tela chaqueta Evolution | 103 |
| Tabla 33. Costeo actual Chaqueta Evolution..... | 103 |
| Tabla 34. Óptimo de tela chaqueta Malla Combinada | 104 |
| Tabla 35. Costeo actual de chaqueta Malla Combinada | 104 |
| Tabla 36. Problemas operacionales y posibles soluciones | 105 |
| Tabla 37. Formato de control de inventario de producto en proceso..... | 106 |
| Tabla 38. Formato de control de inventario de producto terminado..... | 106 |
| Tabla 39. Reducción de costos | 109 |
| Tabla 40. Datos de inversión | 107 |
| Tabla 41. Análisis de escenarios chaqueta zafiro | 103 |
| Tabla 42. Análisis de escenarios chaqueta Quality..... | 104 |
| Tabla 43. Análisis de escenarios chaqueta Origins..... | 105 |
| Tabla 44. Análisis de escenarios chaqueta Combinada..... | 106 |

| | |
|--|-----|
| | 10 |
| Tabla 45. Análisis de escenarios chaqueta Evolution | 107 |
| Tabla 46. Análisis de escenarios chaqueta Malla Combinada..... | 108 |
| Tabla 47. Arqueo de Inventario | 111 |
| Tabla 48. Costeo real chaqueta zafiro | 112 |
| Tabla 49. Costeo real chaqueta Quality | 113 |
| Tabla 50. Costeo real chaqueta Origins | 114 |
| Tabla 51. Costeo real chaqueta Combinada | 115 |
| Tabla 52. Costeo real chaqueta Evolution..... | 116 |
| Tabla 53. Costeo real chaqueta Malla Combinada | 117 |
| Tabla 54. Gastos de venta fijos..... | 118 |
| Tabla 55. Gastos de venta de variables | 118 |
| Tabla 56. Gastos administrativos..... | 119 |
| Tabla 57. Stock promedio..... | 120 |
| Tabla 58. Cantidad de personas requeridas para suplir la demanda | 120 |
| Tabla 59. Problemas de mercadeo | 122 |
| Tabla 60. Costo de capota de quitar | 127 |
| Tabla 61. Problemas administrativos | 128 |
| Tabla 62. Posible monto a pagar por IVA..... | 134 |
| Tabla 63. Notas al estado de resultados integral..... | 136 |
| Tabla 64. Estado de resultados integral..... | 139 |
| Tabla 65. Notas al estado de la situación financiera | 140 |
| Tabla 66. Estado de la situación financiera | 143 |
| Tabla 67. Costos fijos mensuales..... | 152 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 68. Costos fijos mensuales para el año 2017 | 153 |
| Tabla 69. Notas al estado de resultados integral proyectado..... | 154 |
| Tabla 70. Estado de resultados integral proyectado..... | 158 |
| Tabla 71. Flujo de caja año 2017 | 159 |

Resumen

Con éste estudio se realizará una propuesta de estructuración de la empresa D'Origins con el fin de optimizarla, esto a través del ciclo de retroalimentación y control de su proceso organizacional, estudios de viabilidad económica y de producción (costos fijos y variables de materiales y mano de obra directa e indirecta) y financiera (índices de liquidez, actividad, endeudamiento, rentabilidad, TIR, VPN y estados financieros) y estudio del mercado en el que actualmente se incursiona para conocer las tendencias, gustos y preferencias de los clientes de la empresa, con el fin de que esta información permita darle valor agregado al producto y así mismo fidelizar sus clientes para maximizar los ingresos de la empresa.

Palabras clave: investigación, análisis, diagnostico, procesos, estructuración.

Abstract

With this study the importance of optimizing the company D. Origins will be proved, this through the feedback loop and control of their organizational process, the economic feasibility (fixed and variable costs of materials and direct and indirect labor), financial feasibility (liquidity rates, activity, indebtedness and profitability) and market research (showing market players, collecting, tabulating and analyzing the methodology of the primary source that was used and starting from this, the strategy that will be handled which will take into account the price, place, product and marketing or advertising) that currently is used to explore for trends, tastes and preferences of company's customers, with the purpose of allows this information to add value to the product and likewise retain customers to maximize revenues for the company.

Keywords: research, analysis, diagnosis, processes, income.

Planteamiento del problema

De acuerdo a Pérez & Ramírez (2015) a pesar de que las PYMES aportan al 38% del PIB en Colombia solo el 50% de ellas sobreviven, debido a que le dan muy poca importancia al valor agregado y al equilibrio del mercado donde su oferta podría madurar su producto o bien terminar el ciclo de vida del producto y/o servicio que demanda el consumidor; quizá, por la falta de tiempo y de recursos, a esto se suma el hecho de que muchos son negocios de subsistencia y que los gerentes creen que las técnicas de hace 20 años funcionarían a pesar de la evolución que ha tenido el país en cuanto a tecnología, economía y avances en la forma de administrar los recursos.

De ahí que la problemática del ente económico D'Origins es la falta de procesos administrativos estratégicos y la ausencia de los registros contables por lo cual no se están llevando a cabo estados financieros que permitan controlar la empresa y conocer el cumplimiento de las metas alcanzadas en cuanto a utilidades; así como, el correcto cumplimiento de los procesos legales que se ajustan o le corresponden a la situación actual de la empresa.

Basados en ésta problemática la solución que se plantea es ejecutar un proceso de planeación estratégica, iniciando con el análisis del micro entorno (DOFA, Clúster y las cinco (5) fuerzas de Porter), macro entorno (matriz Pestel), así como; la caracterización y el diagnóstico general de la empresa donde el stakeholder haga uso de diferentes controles financieros, para posteriormente formular las soluciones a los problemas identificados para de

este modo tener control de la organización y pueda así tomar decisiones acertadas.

Antecedentes

Durante décadas se ha tenido conocimiento de empresas colombianas que han fracasado, una de las causas principales ha sido la apertura económica dando pie al contrabando, que de acuerdo a la Dirección Nacional de Impuestos y Aduanas, Dian, le representa una pérdida al país de aproximadamente US \$7000 millones al año. Ortega (2014) ex funcionario de la Dian aseguró:

Las confecciones, con unos US \$3.400 millones, la gasolina con US \$800 millones y los licores con US \$600 millones, son los principales sectores del contrabando en Colombia. Le siguen el arroz por el orden de los US \$540 millones, el calzado con un promedio de US \$400 millones y los cigarrillos que mueve unos US \$260 millones anuales.

Se podría considerar que los productos del contrabando textil tienen gran acogida en los consumidores por su bajo precio, de allí se puede deducir que el hecho de que sus costos sean mínimos se debe a que no cubren el pago de los aranceles y de los impuestos vs lo que ocurre con una organización que compre su materia prima a entidades que importan legalmente sus productos. Lo anterior es lo que conlleva a que el producto de contrabando tenga un precio menor al producto local causando que el consumidor por economía prefiera ese producto importado de manera ilegal. Según Luis Fernando Rojas, columnista del diario el Universo, también, interfiere en los precios de estos productos el bajo costo de la mano de obra en los países asiáticos, debido a la sobrepoblación que existen en estos.

Esto sin contar los problemas financieros que puede enfrentar la organización por deudas a terceros (bancos, proveedores, gobierno, etc.) o por la incursión de reconocidas marcas extranjeras.

Se acudió al ejemplo de empresas tales como CROYDON DEL PACIFICO S.A., predecesora de CROYDON S.A y a la empresa colombiana de Calzado Comercial e Industrial grupo Grulla para evidenciar la necesidad de éste estudio con el propósito de tomar medidas que permitan evitar, mitigar, reducir o compartir los riesgos del mercado.

Para el caso de CROYDON S.A. pese a que tenía una antigüedad de más de cincuenta años liderando el mercado del calzado colombiano a partir de 1990 empezó un declive debido al ingreso de producto asiático en contrabando, al alto costo de las materias primas (el alto costo que tenían en sus presupuestos sus proveedores se veía reflejado en el precio ofertado), la incursión en el mercado de grandes marcas como lo son Adidas y Nike entre otras. A esta problemática del mercado se sumó la débil estructura laboral ante lo cual el presidente de CROYDON S.A. en ese entonces, Javier López, dijo que esperaba ayuda del estado y de su sindicato, ayuda que no recibió y por lo que la empresa ni pudo ser rescatada por cuenta propia ni pudo recibir la inversión de empresarios extranjeros que estaban dispuestos a hacer un aporte de 12.000 millones de pesos de su capital al patrimonio de la empresa, de otro lado también aseguró que la Dian les embargo la cartera, la cual hubiera sido de gran ayuda para salir avante en la situación que vivía la empresa, CROYDON S.A se liquidó con pasivos financieros mayores 6.732 millones de pesos y otros pasivos sobre todo con los socios que a su vez fueron prestamistas por un valor de 3.200 millones de pesos. Los productos CROYDON

S.A hoy en día se siguen distribuyendo pero bajo otra administración. (Ardila, 1996)

De otro lado tenemos la Compañía fundada en 1953 líder en la distribución de calzado y ropa protectora para la intemperie que es Calzado Comercial e Industrial grupo Grulla la cual iba hacia el fracaso en el siglo XX. Su liquidación fue ordenada por la Súper-sociedades en octubre de 1997, ante la imposibilidad de cumplir con un acuerdo concordatario, que incluía, entre otras cosas, una capitalización por 1.400 millones de pesos. Las causas fueron los problemas financieros que se agudizaron por la negativa de los trabajadores a cambiarse de régimen de cesantías, las deudas, contrabando, créditos cerrados y poca producción. La compañía estaba capacitada para producir 9000 pares de zapatos al día y solo producía el 33% (3000 pares). Ante lo anterior las medidas que se tomaron como solución fue la emisión de más acciones en la bolsa de valores de Medellín para que participaran personas naturales y jurídicas y la estructuración de sistemas de producción, comercialización y mercadeo. (El Tiempo, 1998)

Coltejer es un caso de éxito de una empresa textil en Colombia, fue fundada en 1907 con solo 12 empleados, a pesar de la crisis en que comienza en 1929 logro conservar su nivel de producción y por ende su planta de trabajo, junto con el personal que la operaba, desde ese entonces ha venido creciendo a pasos agigantados a pesar de las diferentes adversidades que ha traído la economía colombiana como la reevaluación de la moneda y el contrabando. (Coltejer, 2017)

El ente económico Arturo Calle hacia 1966 realizaba comercialización de aquellos fabricantes que aprobaban que en su punto de venta se ofertara su producto, esto limitó su

mercado, no existía diversificación ni innovación además de no poder tomar decisiones sobre el precio de las prendas formales. Este escenario fue el que llevo al empresario a cambiar su visión y encaminarla al liderato de su organización, con esto se inició Arturo Calle como fabricante de sus productos. Y con el paso de los años esta empresa ha cogido gran auge, está liderando de tal forma el mercado que su portafolio de productos está totalmente diversificado y hoy por hoy en sus colecciones se encuentran prendas de vestir formales, sport, accesorios, prendas para niños, zapatos formales, inclusive uniformes y dotaciones. No solamente su producto lo posiona, también en sus clientes hay una amplia satisfacción por la atención, por el trato con el que se les atiende. Lo anterior posiono a Arturo Calle en el primer lugar en el ranking del 2016 de las 100 empresas más repuntadas del país en la categoría de confección. (HSB noticias.com, 2016)

De otro lado la empresa textil Fabricato enfrentó una crisis financiera en el año 1982 debido al mal manejo del presidente en ese entonces, la crisis económica, el contrabando; entre otros factores que llevaron a la organización a un declive que además de falta de liquidez le impidieron obtener financiamiento con terceros, crisis de la cual lograron salir avante reduciendo su talento humano en un 25% y reteniendo los dividendos de los accionistas para luego convertirse en el año 1990 en una de las empresas más exitosas del país. Sin ser la única que sufriera déficit económico puesto que para el mismo año las empresas Coltejer y Tejicondor estaban pasando por la misma situación, estas empresas se acogieron a hacer uso de un crédito otorgado por el gobierno por cinco mil millones de pesos. (Lopera, 1991)

Luego de conocer estos antecedentes es importante hacer salvedad de que en la actualidad existen varias alternativas de desarrollo como solución a los diversos problemas que puede presentar una empresa ya sea por las fluctuaciones del mercado, por

competitividad, falta de liquidez y solvencia, así como, por los nuevos competidores, entre otros.

Algunos casos conocidos de la utilización de las alternativas de desarrollo son:

En el año 2014, Tigo y Une (empresas de telecomunicaciones) recurrieron a la fusión con la finalidad de aumentar su productividad y liderar el mercado a costos mínimos.

McDonalds y Subway han implementado la creación de franquicias con diferentes puntos de venta en busca de abarcar mayormente el mercado.

En el año 2016 Brookfield Asset Management adquirió la empresa de energía Isagen en busca de diversificar o ampliar su portafolio.

En el año 2008, Bimbo y Wrigley S.A crearon una alianza estratégica para que por medio de la tercerización de la distribución de sus productos pudieran adquirir ventajas competitivas frente a otras empresas del mercado.

Spiecapag y la compañía colombiana Ismocol, desarrollaron una alianza comercial (joint venture) al momento de construir la primera sección de 37 kilómetros de un oleoducto en el sur oriente de Bogotá.

GAP Inc. Corporación de venta de productos textiles practica la integración horizontal y

vertical, ya que controla tres compañías diferentes, buscando adquirir diversas alternativas de desarrollo para competir con la empresa que este liderando el mercado en dicho momento.

Actualmente el Banco Cooperativo Coop central (el Banco de las Cooperativas en Colombia) se encuentra en proceso de desarrollo buscando crecer progresivamente por medio de estrategias en sus procesos administrativos, teniendo en cuenta factores importantes como los son, la sobrevivencia, la rentabilidad y el crecimiento.

Es el caso de Big Cola que actualmente compite con Coca Cola brindándole un valor agregado a su producto por medio de sus bajos precios (ventaja competitiva) y su sabor similar (ventaja comparativa).

Objetivos

Objetivo general

Plantear la estructuración de D'Origins en el ámbito organizacional, financiero y estratégico, para incrementar las utilidades incurriendo en inversiones que sean recuperadas en corto tiempo y lo anterior demostrado a través de la metodología de investigación formativa.

Objetivos específicos

Diagnosticar la empresa para crear una propuesta de organigramas, diagrama de flujo de procedimientos, caracterización de la empresa que permita su estructura organizacional y en su control su planeación estrategia.

Realizar un estudio de mercado que permita evidenciar la percepción de los clientes, proveedores y competidores para crear soluciones a los problemas identificados que contribuyan al control, regulación y retroalimentación de la empresa.

Realizar una propuesta con respecto al control de ventas, inventario de materia prima y de producto terminado; así como, control de ingresos, egresos, proveedores, deudores, costo del producto y demás ítems que ayuden a tener un control sobre la economía de la empresa, para luego consolidar dicha información en los estados financieros.

Calcular indicadores financieros que le sirvan al emprendedor como apoyo en la toma de decisiones, tales como indicadores de rentabilidad, liquidez, endeudamiento y solvencia para analizar la participación o peso de cada cuenta de los estados financieros; además del análisis general del comportamiento de las ventas.

Crear una propuesta que contenga la legislación con la que deba operar la empresa, que le permita a esta ser más sólida en su parte legal.

Marco conceptual

Accesibilidad: Se utiliza para nombrar al grado o nivel en el que cualquier ser humano, más allá de su condición física o de sus facultades cognitivas, puede usar una cosa, disfrutar de un servicio o hacer uso de una infraestructura.

Análisis clúster: El análisis clúster es un conjunto de técnicas multi-variantes utilizadas para clasificar a un conjunto de individuos en grupos homogéneos.

Anti fluido: Impenetrable por el agua y algunas clases de fluidos.

Arqueo: El término arqueo hace referencia al análisis, recuento y comprobación de los bienes y dinero pertenecientes a una persona o entidad, con el objeto de comprobar si se ha contabilizado todo el efectivo recibido y si el saldo que arroja esta cuenta corresponde con lo que se encuentra físicamente en caja en dinero efectivo, cheques o vales.

Balanced ScoreCard: Traduce la estrategia en un conjunto de medidas de la actuación, las cuales proporcionan la estructura necesaria para un sistema de gestión y medición.

Bosquejo: Es la primera traza, boceto o diseño que se realiza de una obra pictórica o de cualquier otra producción de la creatividad humana. El bosquejo supone el primer paso concreto de la obra, es decir, la primera materialización de la idea del autor.

Cerro sport: Tela de origen asiático semi anti fluido ideal para la elaboración de chaquetas y sudaderas.

Código CIU: Es la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas de los empresarios del país, para este caso Colombia.

Comerciante: Comerciante es la persona que se dedica a negociar comprando y vendiendo mercaderías.

Comisión: Dinero que recibe un intermediario sobre el producto de una venta o negocio o por la prestación de un servicio.

Conceder: Dar, otorgar, hacer merced y gracia de algo.

Costeo: La información del costo de un producto o servicio es usada por los gerentes para establecer los precios del producto, controlar las operaciones y desarrollar estados financieros.

Costos indirectos de fabricación reales: Se conocen también como CIF control, carga fabril, y son realidad los costos Indirectos de producción.

Costos: El término costo hace referencia al importe o cifra que representa un producto o servicio de acuerdo a la inversión tanto de material, de mano de obra, de capacitación y de tiempo que se haya necesitado para desarrollarlo.

Costura: Unir con hilo, generalmente enhebrado en la aguja, dos o más pedazos de tela, cuero u otra materia”; “hacer labores de aguja”; “unir papeles mediante grapas” y “unir una cosa con otra, de suerte que queden muy juntas o pegadas”.

Cuantificar: Expresar numéricamente una magnitud de algo.

Declive: Indica el momento a partir del cual las condiciones de una persona o grupo, incluso de algún objeto, empiezan a empeorar para ir ya cuesta abajo.

Depreciación: Disminución del valor o precio de algo, con relación al que antes tenía, comparándolo con otras cosas de su clase.

Desviación estándar: La desviación Estándar, en un conjunto de datos (precios en el caso del mercado de valores) es una medida de dispersión, que nos indica cuánto pueden alejarse los valores respecto al promedio (media), por lo tanto es útil para buscar probabilidades de que un evento ocurra, o en el caso del mercado bursátil, determinar entre que rango de precios puede moverse un determinado activo, y determinar qué tipo de activos pueden ser más volátiles que otros.

Devengar: Adquirir derecho a alguna percepción o retribución por razón de trabajo, servicio u otro título. Devengar salarios, costas, intereses.

Diseño Transversal descriptivo: Recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede.

Diversificación: Es una estrategia que adoptan ciertas empresas respecto a ofertar diversidad en sus productos.

Empírico: Persona que adquirió conocimiento a partir de su experiencia.

Empresa: Es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos (trabajo, tierra y capital).

Estadística: La Estadística trata del recuento, ordenación y clasificación de los datos obtenidos por las observaciones, para poder hacer comparaciones y sacar conclusiones.

Estrategia: Es un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin.

Fleece ovejero: Tela de origen asiático abrigada e ideal para la parte interior de prendas de vestir y sudaderas, así como la elaboración de cobijas por ser una imitación de la lana.

Fluctuaciones: Variación de la intensidad o medida de una cosa.

Flujo de caja: Los flujos de caja son las variaciones de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado para una empresa.

Franquicia: La franquicia es un tipo de contrato utilizado en el comercio mediante el cual una parte llamada franquiciador cede a otra llamada franquiciado la licencia de una marca para su explotación comercial así como los métodos, procedimientos y tecnología a cambio de pagos periódicos.

Impuesto de Industria y Comercio (ICA): Es un gravamen de carácter municipal que grava toda actividad industrial, comercial o de servicios que se realiza en Soacha en forma ocasional o permanente con o sin establecimientos.

Impuestos: Un impuesto es un tributo que se paga al estado para soportar los gastos públicos. Estos pagos obligatorios son exigidos tanto a personas físicas, como a personas jurídicas.

Indicadores financieros: Son ratios extraídos de los estados financieros de las empresas los cuales permiten conocer con exactitud las capacidades que posee la empresa frente a diferentes fenómenos a los que se ve expuesta, por ejemplo la capacidad de endeudamiento la cual brinda una certeza sobre el monto hasta el cual se puede endeudar la empresa sin comprometer el patrimonio.

Ingresos: Hacen referencia a todas las entradas económicas que recibe una persona, una familia, una empresa, una organización, un gobierno, etc. El tipo de ingreso que recibe una persona o una empresa u organización depende del tipo de actividad que realice (un trabajo, un negocio, una venta, etc.). El ingreso es una remuneración que se obtiene por realizar dicha

actividad.

Investigación cualitativa: Tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno. Busca un concepto que pueda abarcar una parte de la realidad. No se trata de probar o de medir en qué grado una cierta cualidad se encuentra en un cierto acontecimiento dado, sino de descubrir tantas cualidades como sea posible.

Investigación cuantitativa: Pretende tomar una decisión respecto a ciertas alternativas, que tienen la particularidad de que entre ellas hay una relación que se puede representar de forma numérica.

IPC: Mide la evolución del costo promedio de una canasta de bienes y servicios representativa del consumo final de los hogares, expresado en relación con un período base. La variación porcentual del **IPC** entre dos periodos de tiempo representa la inflación observada en dicho lapso.

Like: Me gusta.

Liquidez: Disponibilidad de dinero en efectivo o de activos financieros convertibles en efectivo de manera fácil y rápida.

M/CTE: Moneda corriente.

Madrugón: Lugar de distribución de prendas de vestir al por mayor y al por menor, ubicado en la ciudad de Bogotá en la calle 12 #10-36 san Victorino.

Mano de obra directa: Por el valor de los sueldos, jornales y prestaciones sociales de los trabajadores que laboran directamente en el proceso productivo.

Margen de contribución: Es la diferencia entre el precio de venta menos los costos variables. Es considerado también como el exceso de ingresos con respecto a los costos variables, exceso que debe cubrir los costos fijos y la utilidad o ganancia.

Marketing mix: Se ocupa de que las relaciones con los clientes perduren al mismo tiempo que vela por captación de nuevos clientes y de la satisfacción de los ya existentes, hoy en día el marketing no solo se trata de vender, se trata de la satisfacción de ofrecer valor a los nuevos o posibles clientes.

Marketing: Analiza la gestión comercial de una empresa, con el objetivo de sostener e incrementar su captación de clientes y por ende sus ingresos.

Mediana: Representa al valor de la variable de posición central dentro de un conjunto de datos organizados. Esto quiere decir que el conjunto de datos iguales o menores que la mediana supondrán el 50% de los datos, mientras que los datos mayores representarán el 50% restante.

Metraje: Metros utilizados en el corte.

Microempresa: Es una empresa de tamaño pequeño. Su definición varía de acuerdo a cada país, aunque, en general, puede decirse que una microempresa cuenta con un máximo de diez empleados y una facturación acotada. Por otra parte, el dueño de la microempresa suele trabajar en la misma.

Moda: Es el valor que más se repite en un grupo de números.

Muestreo aleatorio: En esta técnica, cada miembro de la población tiene la misma probabilidad de ser seleccionado como sujeto. Todo el proceso de toma de muestras se realiza en un paso, en donde cada sujeto es seleccionado independientemente de los otros miembros de la población.

Optimizar: Buscar la mejor manera de realizar una actividad.

Organigrama: Un organigrama es un esquema de la organización de una empresa, entidad o de una actividad. El término también se utiliza para nombrar a la representación gráfica de las operaciones que se realizan en el marco de un proceso industrial o informático.

Patrimonio: Conjunto de bienes, derechos y obligaciones pertenecientes a una persona física o jurídica, o afectos a un fin, susceptibles de estimación económica.

Percepción: Proceso a través del cual las personas son capaces de comprender su entorno y actuar en consecuencia a los impulsos que reciben; se trata de entender y organizar los estímulos generados por el ambiente y darles un sentido.

Periodicidad: Tiempo en el que un suceso ocurre.

Plaza: Se le denomina así a los canales de distribución de los productos. Es la manera por la cual la compañía hace llegar un producto hasta el cliente.

Plotter: Maquina usada para imprimir gráficos.

Ponderar: Considerar algo de forma equilibrada y compensada en proporción a su importancia relativa.

Presupuesto: Es una previsión que se será necesaria para hacer frente a ciertos gastos.

Preventivo: Que previene.

Producción: Es la creación y el procesamiento de bienes y mercancías. El proceso abarca la concepción, el procesamiento y la financiación, entre otras etapas. La producción constituye uno de los procesos económicos más importantes y es el medio a través del cual el trabajo humano genera riqueza.

Pronostico: Predecir algo futuro a partir de indicios.

Prueba acida: La prueba ácida es uno de los indicadores financieros utilizados para medir la liquidez de una empresa, para medir su capacidad de pago.

Punto de equilibrio: es una herramienta clave de análisis financiero utilizada por los empresarios para saber en qué momento la empresa ni gana ni pierde dinero (su beneficio es cero). Es decir, conocer el punto de equilibrio le ayudará a saber cuánto tiene que vender para no perder dinero y a partir de qué número de unidades vendidas su empresa empieza a ganar dinero.

Pymes: En Colombia el sector empresarial está clasificado en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, esta clasificación está reglamentada en la Ley 590 de 2000 y sus modificaciones (Ley 905 de 2004), conocida como la Ley Mi pymes. El término Pyme hace referencia al grupo de empresas pequeñas y medianas con activos totales superiores a 500 SMMLV y hasta 30.000 SMMLV.

Ratios: Es la razón o cociente de dos magnitudes relacionadas entre sí. Los ratios financieros o contables son los coeficientes que aportan unidades financieras de medida y comparación. A través de ellos, se establece la relación que presentan dos datos financieros y es posible analizar el estado de una organización en base de sus niveles óptimos.

Rentabilidad: La rentabilidad hace referencia al beneficio, lucro, utilidad o ganancia que se ha obtenido de un recuso o dinero invertido. La rentabilidad se considera también como la remuneración recibida por el dinero invertido.

Retazo: Retal o pedazo de tela.

Rotación de cartera: La rotación de cartera es un indicador financiero que determina el

tiempo en que las cuentas por cobrar toman en convertirse en efectivo, o en otras palabras, es el tiempo que la empresa toma en cobrar la cartera a sus clientes.

Rotación de inventarios: Permite identificar cuantas veces el **inventario** se convierte en dinero o en cuentas por cobrar.

Segmentación de mercado: La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores. Uno de los elementos decisivos del éxito de una empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado.

Sistema Dupont: integra o combina los principales indicadores financieros con el fin de determinar la eficiencia con que la empresa está utilizando sus activos, su capital de trabajo y el multiplicador de capital (Apalancamiento financiero).

Solvencia: Capacidad de una entidad de generar fondos para atender, en las condiciones pactadas, los compromisos adquiridos con terceros.

Stakeholders: Son los interesados en el estudio, cuyos intereses se puedan ver afectados por la ejecución o resultado del estudio.

Stock: Mercancías guardadas en un almacén.

Suplir: Reemplazar, sustituir algo por otra cosa.

Terciarizar: Contratar servicios con compañías especializadas para la distribución propia.

Tienda online o tienda virtual: Es un espacio dentro de un sitio web, en el que se ofrecen artículos a la venta. En un sentido amplio se puede describir a una tienda virtual como a una plataforma de comercio convencional que se vale de un sitio web para realizar sus ventas y transacciones.

TIR: La tasa interna de retorno de una inversión o proyecto es la tasa efectiva anual compuesto de retorno o tasa de descuento que hace que el valor actual neto de todos los flujos de efectivo (tanto positivos como negativos) de una determinada inversión igual a cero.

Trazo: Delineación con que se forma el diseño de la cabeza.

Utilidad: Es la capacidad de un bien de satisfacer una necesidad o demanda del ser humano, a nivel individual o colectivo. En este sentido, existen distintos niveles de utilidad, entendida como la satisfacción derivada del consumo de un producto o de un servicio.

Valor de salvamento: Es aquel valor del activo que no depreciamos, de modo que al terminar la vida útil del activo, nos queda ese valor sin depreciar.

Valor Presente Neto (VPN): Es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo. El Valor Presente Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: maximizar la inversión. El Valor Presente Neto permite determinar si dicha inversión puede incrementar o reducir el valor de las Pymes. Ese cambio en el valor estimado puede ser positivo, negativo o continuar igual. Si es positivo significará que el valor de la firma tendrá un incremento equivalente al monto del Valor Presente Neto. Si es negativo quiere decir que la firma reducirá su riqueza en el valor que arroje el VPN. Si el resultado del VPN es cero, la empresa no modificará el monto de su valor.

Varianza: Un análisis de varianza prueba la hipótesis de que las medias de dos o más poblaciones son iguales. La varianza evalúa la importancia de uno o más factores al comparar las medias de la variable de respuesta en los diferentes niveles de los factores. La hipótesis nula establece que todas las medias de la población (medias de los niveles de los factores) son iguales mientras que la hipótesis alternativa establece que al menos una es diferente.

Vendedores ambulantes: Persona ubicada en cualquier espacio público sin pertenecer este a un local o establecimiento que cumpla con las normas legales para la venta de algún producto o servicio; los cuales son intercambiados por dinero en efectivo con sus clientes sin intervención de algún tipo de factura o soporte de venta.

Viabilidad: Refiere a la probabilidad que existe de llevar aquello que se pretende o planea a cabo, de concretarlo efectivamente, es decir, cuando algo dispone de viabilidad es porque podrá ser llevado a buen puerto casi seguro.

Wix: Es una avanzada plataforma en desarrollo web y es gratuita permitiendo presencia online profesional.

Marco teórico

Consultando diferentes fuentes se encontró que Pérez (2015) afirma que “solamente el 50% de las Mi pymes colombianas sobreviven el primer año y solo el 20% al tercero”.

(p.1).ya que a menor tamaño, mayor riesgo. Es por esto que se planea crear una organización estratégica del ente económico además de establecer normatividad y lineamientos financieros que sirvan de apoyo para controlar la economía de la misma e incrementar el crecimiento.

Esta propuesta se fortalece con la teoría de Peter Drucker (1909-2005), el padre de la administración, que afirmaba:

Alcanzar las utilidades no es una opción para la empresa sino una necesidad y es además la prueba de la viabilidad del modelo de negocio. Es decir, no basta producir o proporcionar un servicio que sea atractivo al cliente y que se venda, eso es solo una parte de la ecuación. Es necesario que al venderlo el empresario obtenga suficientes ingresos para que pueda pagar *todos* sus egresos y además le quede algo, una recompensa. Esto puede parecer obvio, pero la mayoría de las pymes adolecen de los controles y del análisis detallado para conocer la situación real de la empresa en cuanto a la utilidad que le deja cada línea de producto, cada tipo de cliente, cada canal de comercialización etc. Si no se tiene la información disponible es prácticamente imposible la toma oportuna y correcta de decisiones. Las utilidades son además el origen del crecimiento de los negocios. Es decir, se proyecta un negocio en constante crecimiento, el camino es reinvertir las utilidades y financiar a través de ellas el

crecimiento de la empresa.

Además se consideró hacer uso de la teoría administrativa, según los aportes de Henry Fayol (1841-1925), con la finalidad de darle orden y continuidad al planteamiento del estudio, buscando ensamblar cada dependencia de la organización. Esta teoría administrativa hace referencia a las reglas que se deben seguir en la empresa, Fayol demostró que las organizaciones deben tener un proceso administrativo y con base a esto elaboró la siguiente secuencia:

Planear (diseñar un plan de acción para el mañana), organizar (brindar y movilizar recursos para poner en marcha el plan), dirigir (seleccionar y evaluar el personal con el propósito de llegar a lo planificado), coordinar (asegurarse de que manejar el personal para que todo salga bien y arreglar los problemas) y controlar (garantizar que las cosas salgan según lo planificado).

En relación a la teoría planteada por Henry Fayol al momento de planear la estructuración de D'Origins se tendrá en cuenta la teoría de Michael Porter (1947) que indica que:

Existen cinco fuerzas que le permiten a la empresa obtener la rentabilidad esperada de un mercado, estas cinco fuerzas son: poder de negociación de los clientes, Rivalidad entre las empresas, amenaza de los nuevos entrantes, poder de negociación de los proveedores y amenaza de productos sustitutos.

De otro lado para fortalecer el estudio de mercadeo se usara como apoyo el Balance Score Card de Kaplan & Norton, dos de los autores más reconocidos dentro del área de la administración, los cuales indican que se deben tener en cuenta cuatro perspectivas diferentes, las cuales son:

la perspectiva financiera, donde los objetivos irán encaminados al crecimiento del rendimiento financiero de la empresa; la perspectiva del cliente, en la cual la experiencia que este tenga con el producto o servicio deberá ser grata; la perspectiva de los procesos internos, donde dichos procesos deberán ser de calidad y deberán crear valor a la empresa y la perspectiva de innovación y aprendizaje, por la cual la empresa se destaca dentro del mercado por la innovación en sus productos y su continua mejora.

Metodología

Tipo de investigación: teniendo en cuenta que el tema no ha sido abordado anteriormente por la empresa D'Origins, la investigación sería de tipo descriptivo y de naturaleza cualitativa y cuantitativa, ya que se busca conocer la percepción que tiene el comprador directo y recurrente (segmentación por frecuencia de uso de una fuente primaria) con respecto a diversas prendas de vestir (chalecos o chaquetas con diferentes características) que generan una buena acogida en el mercado y que quisieran encontrar en el portafolio de productos de la empresa en mención. Con esta investigación se planea obtener información de primera mano que contribuya a la diversificación del portafolio de D'Origins, para de este modo, aumentar las posibilidades de venta, abarcar en mayor medida el mercado y por consiguiente obtener un incremento en los ingresos.

Diseño de investigación: este diseño será transversal descriptivo. A través de un trabajo de campo se realizará una encuesta a una muestra representativa de los proveedores y clientes recurrentes de D'Origins (fuentes primarias), para conocer diferentes preferencias o percepciones sobre el mercado abordado.

Personas a encuestar y muestra: como población encontramos a los 60 personas que son clientes frecuentes de D'Origins y en busca de una muestra representativa se tomara el 50% más uno (1) de la población, es decir 31 clientes, la selección de estos clientes se hará por medio del muestreo aleatorio buscando obtener información objetiva.

De otro lado, se encuestará a todos los proveedores teniendo en cuenta que cada uno le proporciona a D'Origins un tipo de materia prima diferente; así como, a los competidores.

Caracterización de la empresa según entrevista realizada al propietario

¿Quién es D'Origins?

D'Origins es una empresa familiar cuya naturaleza es la fabricación y comercialización de prendas de vestir, específicamente, chaquetas sport para caballero, con más de 12 años de trayectoria en el mercado. Su punto de fábrica (propio) está situado en Soacha, San Nicolás, en la calle 26 sur # 21 A- 03.

Figura 1. Ubicación de la fábrica



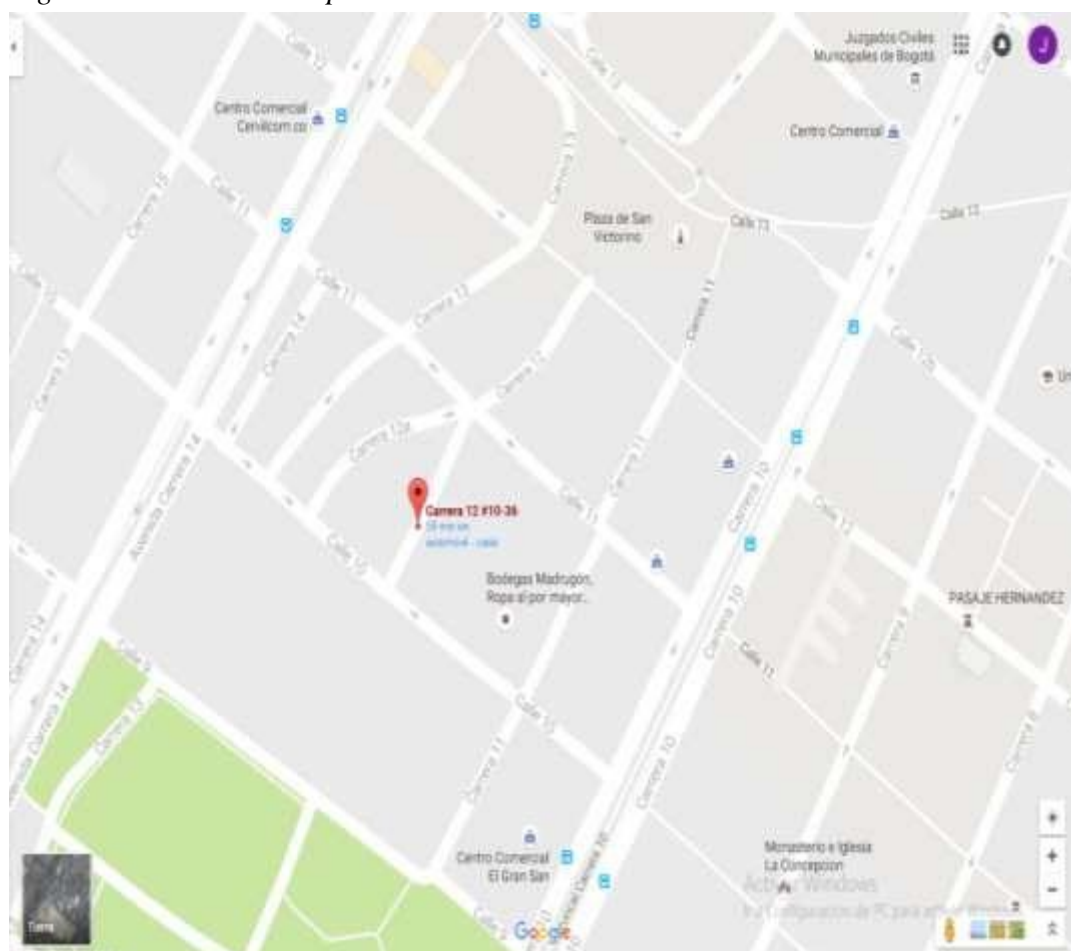
D'Origins distribuye sus productos en el Centro Empresarial y Comercial San Victorino

S.A. – CECSA –, ubicado entre la localidad de Santa Fe y la candelaria, en la Av. Carrera

10 entre Calle 11 y Calle 13 el cual según el Centro Empresarial y Comercial San Victorino

“es uno de los lugares de abastecimiento de ropa más reconocidos en el país, que contribuye al desarrollo socioeconómico del entorno empresarial, aprovechando los procesos de renovación urbana del centro de la ciudad de Bogotá.” Su punto de venta está ubicado específicamente en la bodega Imperio de la Moda, localizada en la carrera 12 #10-36. D’Origins durante su trayectoria se ha caracterizado por la buena atención a sus clientes en precios bajos; así mismo, la empresa sobresale en el mercado por el personal integro que atiende con respeto y que cumple responsablemente en los pedidos realizados a enviar y pagar contra entrega a sus clientes ubicados en otras localidades de la ciudad.

Figura 2. Ubicación del punto de venta



¿Cuál es su misión?

D'Origins tiene como misión suplir la necesidad de los ciudadanos, de vestirse con chaquetas sport de diferentes diseños, innovadoras y muy económicas con las cuales obtengan una satisfacción frente a las características de las prendas.

¿Cuál es su visión?

La visión de D'Origins es ser en el año 2020 una de las empresas más influyentes del mercado mayorista sport logrando la preferencia de sus clientes al momento de abastecerse.

¿Cuál es su labor social y ambiental?

Se incentiva al colaborador a que convierta su tiempo en dinero siendo gerente de su labor; es decir, la aspiración salarial de la persona con respecto a su trabajo le permitirá determinar que tanto deberá producir para alcanzar ese salario esperado.

Como *responsabilidad ambiental*, se realiza la respectiva clasificación de los desechos, buscando que sean aprovechados en mayor medida por los expertos en reciclaje, estos desechos son usados, por ejemplo, para el relleno de colchones tradicionales, adicional a esto D'Origins trata de minimizar el uso de bolsas, particularmente desechables, ya que se es consciente de que una bolsa de este tipo o un plástico en general tarda entre 100 y 1.000 años en descomponerse.¹

¹ <http://www.portalvidasana.com/cuanto-tarda-el-plastico-en-descomponerse.html>

¿Cuáles son sus valores?

En D'Origins es de vital importancia el trato y el bienestar de su equipo de trabajo y de sus familias; es por esto, que basados en los valores planteados, se busca que sus empleados se sientan a gusto con su trabajo y con su ambiente laboral; por otra parte, sus clientes reciben un trato honesto y cordial, buscando siempre fidelizarlos entre otros: por medio del buen trato y el buen servicio al cliente. Con respecto a los proveedores D'Origins procura tener una buena relación con ellos buscando bienestar de la relación cliente – proveedor.

Valores en pro de trabajadores, clientes y proveedores.

Tolerancia.

Motivación.

Responsabilidad.

Respeto.

Cumplimiento.

Honestidad.

Lealtad.

Integridad.

Puntualidad.

Disciplina.

Perseverancia.

Disposición al cambio.

Unidad.

Equidad.

Justicia.

Cortesía.

¿Cuáles son sus metas?

Corto plazo

Identificar las posibles falencias en las que está incurriendo la empresa y que no permiten optimizar sus recursos financieros y su talento humano.

Mediano plazo

Darse a conocer en el mercado a través de nuevas tendencias que muestren innovación en su portafolio de productos, logrando así que el cliente lo prefiera.

Largo plazo

Crear y aplicar estrategias de diversificación del portafolio para liderar el mercado de chaquetas sport, por medio de nuevos canales de distribución y plazas de mercado.

¿Cuál es el sector económico al que pertenece?

D'Origins pertenece al sector industrial en el subsector de textiles y confección, el cual se encarga de categorizar las empresas que se dedican a la transformación de recursos en un

bien final.

Las actividades económicas que D'Origins ejerce son.

1410 Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel.

4771 Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados. Homologados” Cámara de Comercio de Bogotá (2012)

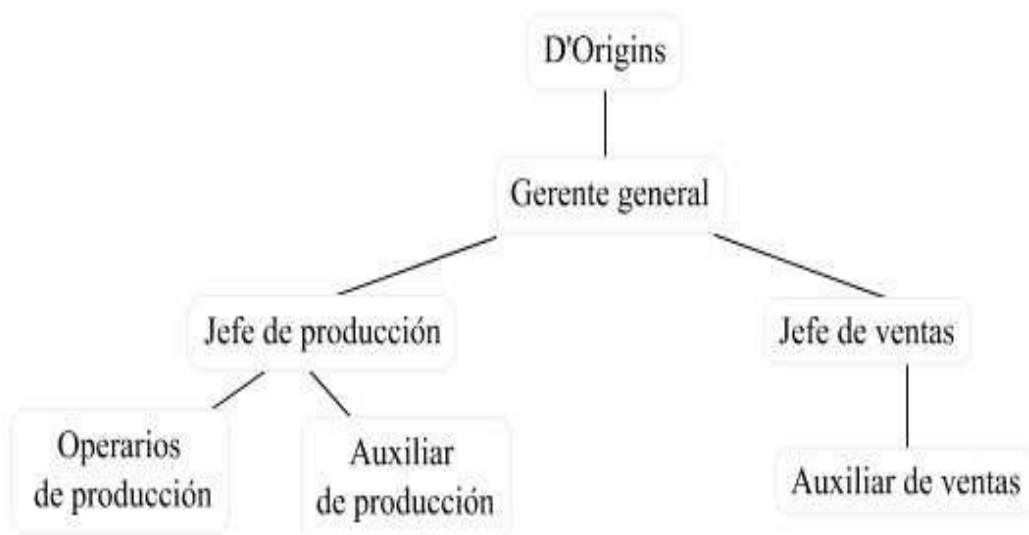
La empresa posee registro mercantil el cual le permite a D'Origins ser catalogada como establecimiento dedicado al comercio, adicional a esto se encuentra registrada en la DIAN con RUT, registro único tributario, el cual la clasifica como perteneciente al régimen simplificado.

Propuesta de estructuración

Propuesta organizacional

Haciendo uso del libro Organización de Empresas, de Benjamín & Fincowsky (2009), se sugiere a D'Origins que el organigrama represente la estructura orgánica del ente económico, en la que se muestran las relaciones que guardan entre sí los órganos que la componen.

Figura 3. Organigrama

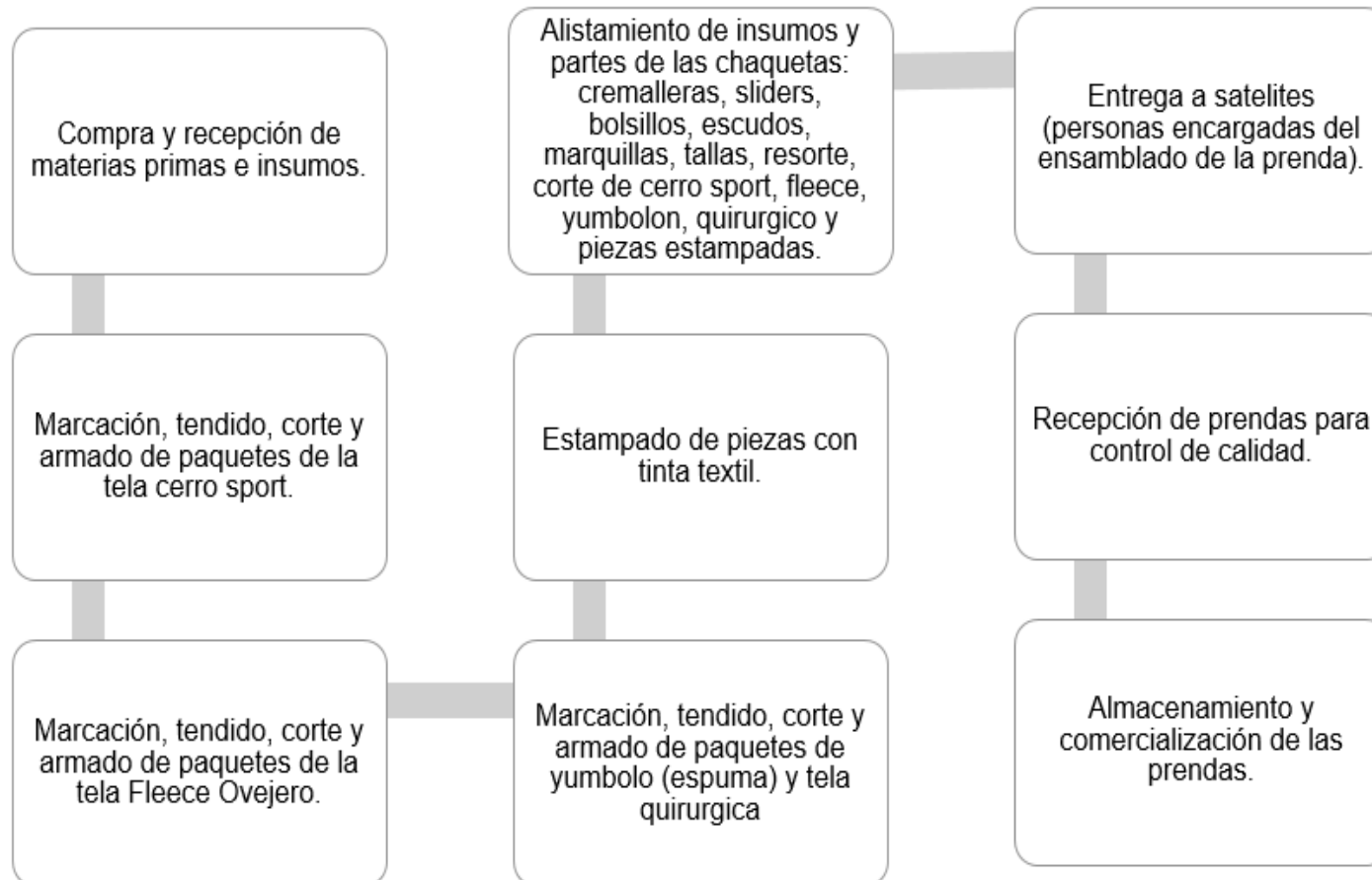


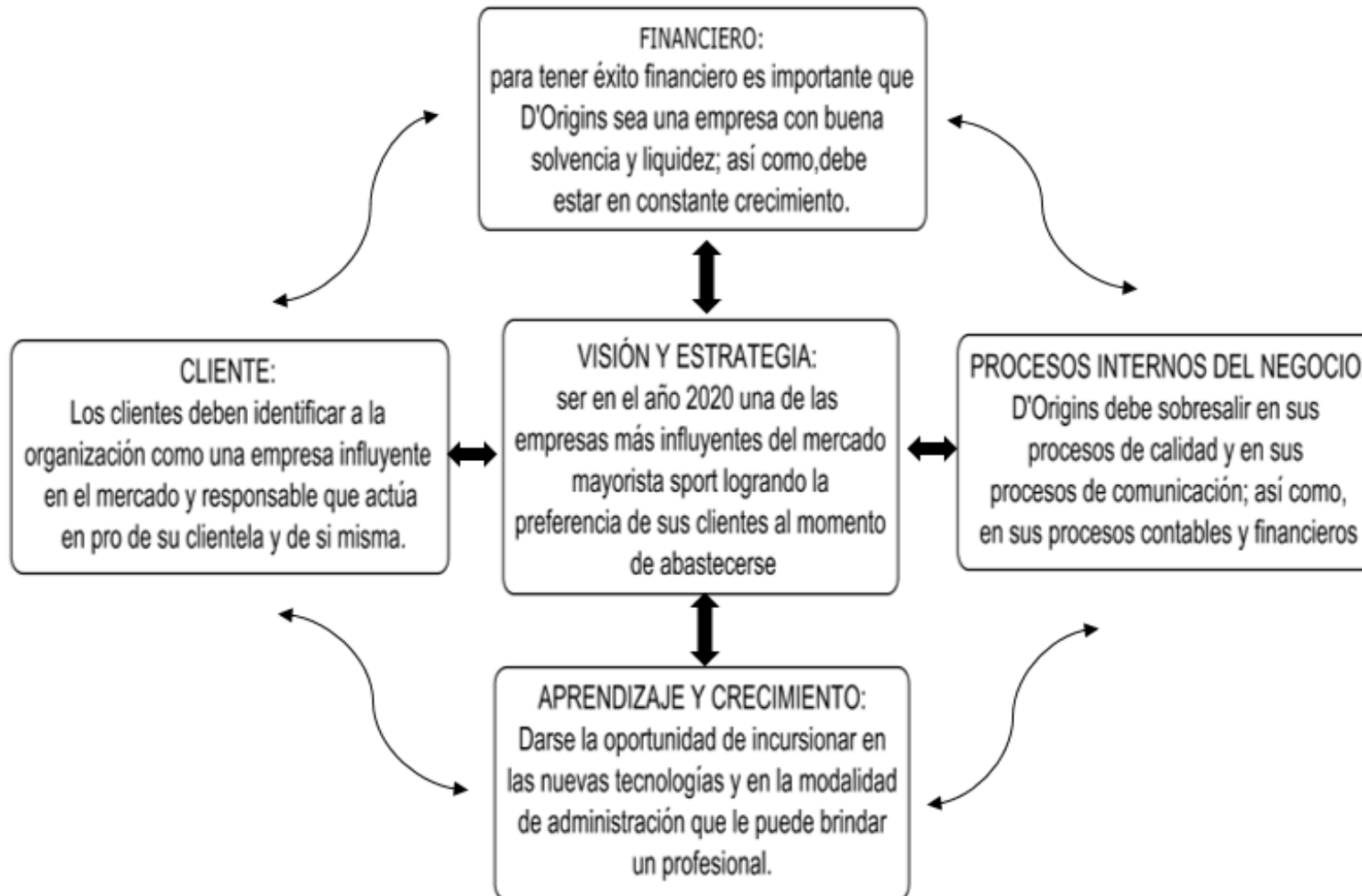
Manual de funciones

Manual de funciones D'origins

| Nombre del cargo | Gerente | Jefe de producción | Auxiliar de producción | Operario de | Jefe de ventas | Auxiliar de ventas |
|-----------------------------|--|--|---|---|---|---|
| Área | administrativa no | producción subgerente | área de operaciones. jefe de producción. corte, estampado. | área de operaciones. | comercial subgerente | comercial jefe de ventas |
| Funciones detalladas | administrar y controlar | control de las actividades operacionales de la empresa. | Alistamiento de mercancía, control de inventario. | Confección de prendas | abastecimiento de inventario, servicio al cliente, estrategias de ventas, informe de ventas. controlar, motivar, incrementar y responsabilizarse de las ventas e inventarios en local. | venta y distribución de mercancía en local. proporcionar los ingresos a la empresa e incrementar los mismos. |
| Objetivo del cargo | velar por la integridad de la empresa. | brindar calidad y estabilidad en los procesos de la empresa. | realizar sus funciones en el tiempo establecido con calidad y eficiencia. | ensamblado de las prendas de D'Origins | | |
| Recursos | información detallada de la empresa. | materias primas, personal de mano de obra directa e indirecta. | materias primas, maquinaria y equipo. | materias primas e insumos | mercancía, local, vendedores, información de clientes. | mercancía, información de clientes, local. |
| Perfil | por experiencia. | persona proactiva y cabal con conocimientos en producción. | persona proactiva con facilidad de aprendizaje, trabajo bajo presión. | por experiencia | persona líder, con experiencia en ventas, implementación de estrategias y excelente | experiencia en ventas |
| Competencias | toma de decisiones, evaluación de la situación económica de la empresa, pagos. | capacidad de trabajo en equipo y bajo presión, líder, responsable y proactivo. | agilidad, conocimientos, eficiencia. | agilidad, habilidad, conocimiento y experiencia | persona ágil, responsable, creativa, con buenas relaciones interpersonales. | proactivo, ágil, comprometido, responsable y con buen manejo de clientes. |

Diagrama de flujo de procedimientos



Balance Score Card:

Estudio de mercado

Identificación del problema: D'Origins lleva años en los cuales no ha tenido una idea objetiva sobre el nicho de mercado que abarca, no ha identificado verazmente su población objetiva y por esto no ha logrado conocer las apreciaciones de sus clientes con respecto a lo que quisieran encontrar dentro de la marca, es por esto, y buscando crear estrategias de mercado que ayuden a incrementar los ingresos de D'Origins que se realizará este estudio, lo anterior con el fin de identificar su mercado y crear estrategias que apunten al progreso.

Análisis de la situación: a través del tiempo D'Origins ha basado su proceder en gran parte en las creencias y decisiones de sus directivos, es por esto, que se quiere llegar a conocer las opiniones de los clientes, para de esta forma, ofertar productos que tengan mayor acogida en el mercado, ya que el mercado al que pertenece le permite diversificar el portafolio de productos y las características de los mismos, para de este modo incrementar las oportunidades de venta y maximizar sus ingresos.

Análisis interno y externo: Por medio de un análisis estratégico de la empresa se buscará identificar los factores externos (fuera del control de la empresa), como lo son las oportunidades y amenazas y los factores internos como las debilidades y las fortalezas los cuales la empresa puede aprovechar y mejorar.

Objetivos:

- Conocer el mercado actual.
- Evidenciar si las características o especificaciones del producto corresponden a lo que el cliente desea adquirir
- Identificar el posible mercado a abarcar buscando expandir la plaza.
- Obtener información para crear estrategias de mercadeo.

Tipo de información de la que se dispone: la información se obtendrá de fuentes primarias y secundarias.

Elección de la muestra: la elección de la muestra se hará dentro de la población de clientes frecuentes, competidores y proveedores de D'Origins, la selección de esta muestra se hará de forma aleatoria para los clientes buscando obtener información objetiva y para los proveedores de realizará la encuesta a cada uno de ellos teniendo en cuenta que cada uno provee una materia prima diferente.

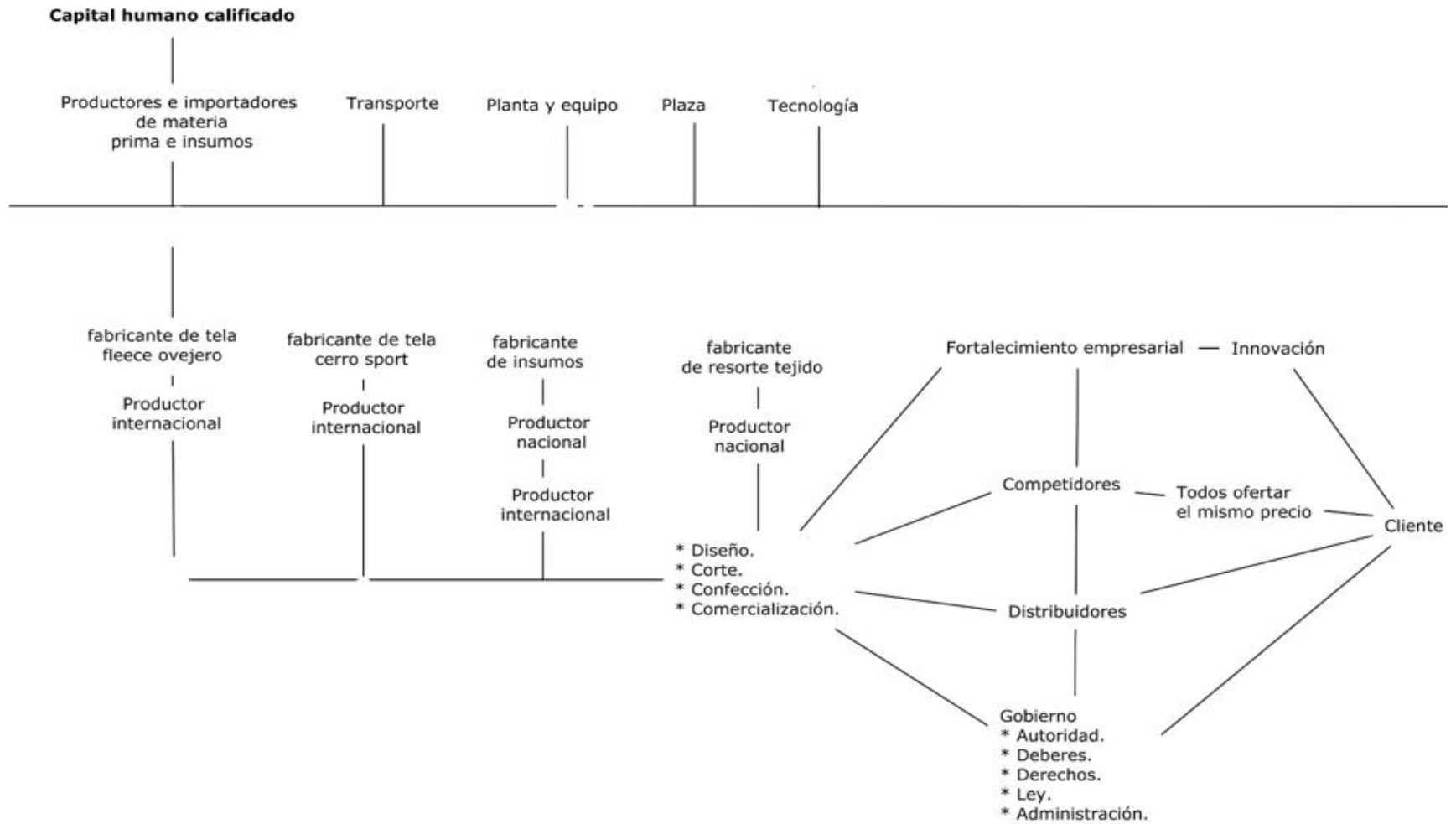
Tipo de técnica que se utilizara: se utilizara la técnica cualitativa y cuantitativa.

Análisis del sector***Micro entorno.***

Se realizó el análisis del micro entorno para definir la interacción entre los actores cercanos y el ente económico.

Clúster

Figura 4. Clúster



El clúster evidencia el valor compartido que existe en la industria textil a la que pertenece la organización D'Origins y en la cual están inmersas entes económicos nacionales e internacionales, pese a no ser directamente D'Origins quien importa, si lo hacen sus proveedores y le suministran precios competitivos a los del mercado nacional, allí se unifican y se consolidan procesos de diseño, corte, confección y comercialización; los cuales tienen un mecanismo de visión conjunta con entornos internos y exógenos: el primero de ellos es el fortalecimiento empresarial que se debe llevar a cabo en el ente económico para que su gestión se ejecute con procesos administrativos que optimicen su producto, lo innoven y le den sostenibilidad y liderazgo en el mercado; el segundo de ellos son los competidores, con los cuales se acuerda ofertar el mismo precio para que sea un escenario de competencia leal y que el mercado se autorregule al existir muchos vendedores y muchos compradores, este trabajo logra impulsar colectivamente la competitividad; el tercero es el distribuidor, labor interna que desempeña D'Origins y para finalizar esta el gobierno, toda el marco legal al que pertenece la organización, el cumplimiento de sus deberes (entre ellos declarar la matrícula mercantil con el valor total de sus activos brutos y exigir facturas a sus proveedores), derechos (ejercer las actividades que se confirman en su CIU y poder registrar su marca), la correcta administración y cumplimiento de la autoridad que se consigna en el Código de Comercio Colombiano.

Con lo anterior el ente financiero D'Origins le da mayor eficiencia a la cadena de valor porque llega a su cliente con una fidelización total, con competitividad que le permite mejores relaciones empresariales para aportar al incremento del Producto Interno Bruto colombiano al que pertenece esta microempresa.

DOFA

Figura 5. DOFA

| | | Factores externos | |
|-------------------|--|--|---|
| | | Oportunidades | Amenazas |
| | | 1. El mercado permite diversificar sus productos para de este modo incrementar los ingresos. | 1. La competencia crece frecuentemente debido a que las personas notan que es un mercado rentable. |
| | | 2. D'Origins puede adquirir diversos materiales que hagan parte de la innovación de D'Origins. | 2. La escases de algunos recursos (materias primas e insumos) usadas en la fabricación de los productos. |
| | | 3. La organización puede atraer clientes de otros lugares del país con la finalidad de dar a conocer la marca en otras ciudades de clima frío. | 3. La llegada de productos extranjeros a muy bajo costo a raíz de los TLC. |
| | | 4. Existe la oportunidad de incursionar en el mercado online, para facilitar la compra de clientes ya existentes y captar clientes nuevos. | 4. La situación económica del país reduce el consumo de los colombianos. |
| | | 5. Hoy por hoy existe la posibilidad de crear alianzas estratégicas con empresas que proveen producto a entes económicos más grandes. | 5. El alza del precio del dólar. |
| | | Fortalezas | Estrategias fortalezas - oportunidades |
| Factores internos | 1. D'Origins tiene la capacidad económica para incrementar su producción. | 1. Diversificar su portafolio de productos aumentando el tamaño y los diseños. | 1. Incrementar su producción para abarcar mayormente el mercado, lo que muy pocas empresas jóvenes pueden hacer. |
| | 2. Facilidad para adquirir créditos con proveedores. | 2. Aprovechar los créditos con lo proveedores para innovar en las materias primas que utiliza en sus diseños. | 2. D'Origins podrá adquirir créditos con los proveedores provisionar insumos antes de que vuelvan a escasear. |
| | 3. maneja un excelente servicio al cliente y trabaja por el bienestar del mismo. | 3. Su excelente servicio al cliente le permitirá captar más. | 3. Su servicio al cliente, la trayectoria, economía y calidad de sus productos serán una ventaja al momento de enfrentarse a los productos extranjeros. |
| | 4. sus directivos conocen el mercado y sus preferencias. | 4. El conocimiento del mercado le facilitará llegar a los clientes por medios virtuales. | 4. Usará sus conocimientos en cuanto al mercado para llegar a sus clientes con productos económicos. |
| | 5. es una empresa con una trayectoria de mas de 12 años en el mercado. | 5. Su trayectoria le dará la experiencia suficiente para abastecer la demanda que implica liderar el mercado. | 5. Por medio de su trayectoria con los proveedores buscará comodidad en los precios, ya que siempre se ha caracterizado por ser un buen cliente para ellos. |
| | | Debilidades | Estrategias debilidades - oportunidades |
| | 1. Al ser una empresa familiar esta regida a normas y estrategias muy antiguas. | 1. Implantará proyectos que le ayuden a diversificar sus productos teniendo en cuenta los parámetros actuales de moda, comercialización y dirección. | 1. Buscará estar a la vanguardia en estrategias para poder competir con los nuevos empresarios del sector. |
| | 2. Los operarios de confección son pocos si se quisiera aumentar la producción. | 2. Incrementar su equipo de trabajo para aprovechar las épocas fuertes en ventas. | 2. Usar el incremento en producción para abarcar el mercado. |
| | 3. Falta de organización en cuanto a la estructura económica y organizacional. | 3. Organizar la empresa en su estructura económica y organizacional le permitirá llevar a cabo con mayor eficiencia sus procesos. | 3. Su estructura organizacional tendrá como objetivo que sea una empresa que pueda competir con empresas extranjeras. |
| | 4. falta de estrategias para maximizar los ingresos. | 4. Crear estrategias para incursionar en el mercado online lo que le ayudara a maximizar sus ingresos. | 4. Llegar a los clientes con calidad, economía y promociones buscando incentivar el consumo. |
| | | Fortalezas | Estrategias fortalezas - amenazas |
| | 1. D'Origins tiene la capacidad económica para incrementar su producción. | 1. Diversificar su portafolio de productos aumentando el tamaño y los diseños. | 1. Incrementar su producción para abarcar mayormente el mercado, lo que muy pocas empresas jóvenes pueden hacer. |
| | 2. Facilidad para adquirir créditos con proveedores. | 2. Aprovechar los créditos con lo proveedores para innovar en las materias primas que utiliza en sus diseños. | 2. D'Origins podrá adquirir créditos con los proveedores provisionar insumos antes de que vuelvan a escasear. |
| | 3. maneja un excelente servicio al cliente y trabaja por el bienestar del mismo. | 3. Su excelente servicio al cliente le permitirá captar más. | 3. Su servicio al cliente, la trayectoria, economía y calidad de sus productos serán una ventaja al momento de enfrentarse a los productos extranjeros. |
| | 4. sus directivos conocen el mercado y sus preferencias. | 4. El conocimiento del mercado le facilitará llegar a los clientes por medios virtuales. | 4. Usará sus conocimientos en cuanto al mercado para llegar a sus clientes con productos económicos. |
| | 5. es una empresa con una trayectoria de mas de 12 años en el mercado. | 5. Su trayectoria le dará la experiencia suficiente para abastecer la demanda que implica liderar el mercado. | 5. Por medio de su trayectoria con los proveedores buscará comodidad en los precios, ya que siempre se ha caracterizado por ser un buen cliente para ellos. |
| | | Debilidades | Estrategias debilidades - amenazas |
| | 1. Al ser una empresa familiar esta regida a normas y estrategias muy antiguas. | 1. Implantará proyectos que le ayuden a diversificar sus productos teniendo en cuenta los parámetros actuales de moda, comercialización y dirección. | 1. Buscará estar a la vanguardia en estrategias para poder competir con los nuevos empresarios del sector. |
| | 2. Los operarios de confección son pocos si se quisiera aumentar la producción. | 2. Incrementar su equipo de trabajo para aprovechar las épocas fuertes en ventas. | 2. Usar el incremento en producción para abarcar el mercado. |
| | 3. Falta de organización en cuanto a la estructura económica y organizacional. | 3. Organizar la empresa en su estructura económica y organizacional le permitirá llevar a cabo con mayor eficiencia sus procesos. | 3. Su estructura organizacional tendrá como objetivo que sea una empresa que pueda competir con empresas extranjeras. |
| | 4. falta de estrategias para maximizar los ingresos. | 4. Crear estrategias para incursionar en el mercado online lo que le ayudara a maximizar sus ingresos. | 4. Llegar a los clientes con calidad, economía y promociones buscando incentivar el consumo. |

Análisis de las cinco fuerzas de Porter

Figura 6. Cinco fuerzas de Porter

Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores:

D'origins tiene la oportunidad de escoger entre varios proveedores ya que el mercado es medianamente amplio y permite elegir el de precios más bajos, mayor tiempo de financiación para pagos, mayor metraje por rollo o acarreo gratuitos por compras superiores a 1.000 metros. Por parte de D'origins, existe una negociación en la cual se paga oportunamente a sus proveedores mitigando para ellos el riesgo de su cartera y por su puesto D'origins negocia con ellos la fidelidad de comprarles siempre sus insumos y materia prima.

Amenaza de productos sustitutos:

Los productos sustitutos que en la actualidad representan una amenaza para D'origins son los sacos y chalecos, puesto que el clima permite que ambos sean útiles para el día o la noche y en algunos casos esos productos sustitutos son de precios más bajos. Existe una propensión del comprador a sustituir las chaquetas por variedad y moda, en estos casos los clientes a veces quieren variar su estilo o su presentación personal.

Rivalidad entre los competidores:

Existe gran cantidad de competidores en el sector ya que el madrugón san Victorino es uno de los sitios más grandes de abastecimiento de prendas de vestir en general. Para ser más específicos en cuanto a productores chaqueteros la bodega imperio de la moda donde D'origins se encuentra ubicado es entre otras, especializada en la producción de chaquetas.

Amenaza de nuevos competidores entrantes:

En términos de economía de escala D'Origins tiene una ventaja competitiva con los nuevos vendedores; y es los costes de sus chaquetas debido al crecimiento que ha surgido por tantos años en el mercado. Los nuevos competidores que han incursionado en el mercado han sido en su mayoría vendedores ambulantes que ofertan precios más bajos pero que a su vez tienen el riesgo de políticas gubernamentales que amenazan con acabar su punto de venta. Sin embargo, D'Origins cuenta con un punto de venta legal, acreditado y fijo; al cual es difícil acceder para nuevos competidores formalmente legalizados.

Poder de negociación de los Compradores o Clientes:

Es una amenaza para D'origins que algunos de sus clientes manejen un rango de precios que están dispuestos a pagar por las prendas y es que no sea mayor a 27.000 pesos, lo cual impide la negociación ya que frente a esta demanda, se limita la oferta frente a prendas innovadoras con materiales y características de tendencia actual, ya que los costos serían más altos. Adicional a esto también los clientes tienen la posibilidad de realizar compras por Internet lo cual se convierte en una amenaza para D'Origins ya que actualmente no posee este canal de venta.

Macro entorno

Tabla 1. Matriz Pestel

| Político | Económico | Social |
|---|---|---|
| <p>1. El tratado de libre comercio con China que se promovió como estrategia para "multiplicar las relaciones económicas bilaterales" y que en realidad ha venido afectando diferentes sectores de la economía Colombiana.</p> <p>2. La recuperación del espacio público en la calle 10 entre carreras 11 y 12, ya que allí se hallaban vendedores ambulantes que obstaculizaban el paso y vendían las prendas a menor precio debido a que no incurrieran en pagos de arriendo, perjudicando a los comerciantes legalmente asentados.</p> <p>3. En el año 2016 se implementó el uso de un sticker que le permitía el acceso a las personas "con el fin de mejorar la movilidad" en la zona de Bogotá que comprende el madrugón San Victorino en la localidad de Santa Fé.</p> | <p>1. Empleabilidad: En el año 2016 en el municipio soacha el desempleo superó el 15,60%</p> <p>2. Inflación: en el 2016 Bogotá presentó la inflación más alta en los últimos años (6.77%) desde la poscrisis financiera internacional, en la que el vestuario le representa el 2 del 100% de la inflación a la ciudad.</p> <p>3. Producto interno bruto (PIB): desde el año 2015 al segundo trimestre del 2016 disminuyó un 48%, lo cual indica que a la actividad económica y el empleo del de sus habitantes se encontraba en declive.</p> <p>4. Sistema financiero: El interés del sistema de crédito pasó del 27% al 30% respectivamente, como consecuencia del aumento en el costo de financiamiento de la entidades financieras.</p> | <p>En cifras anteriores, Bogotá tenía el 76.7% de población en estrato bajo (estrato 2 y 3) y solo el 1.8% se encuentran clasificados en los demás estratos (estratos 4, 5 y 6). A partir de ello, se considera una relación en la desigualdad económica y la incorrecta distribución de recursos y la planificación de planes para el desarrollo social; tal cual, ocurrió con el plan para rehabilitar el Bronx ya que esto causó que se dispersaran los habitantes de la calle por todos los sectores del comercio, en diferentes localidades, impactando en las ventas ya que los compradores se sentían amedrentados. Para agosto de 2016 se reconoció lo fallido de dichas estrategias y la importancia de que los administradores de la ciudad creen estrategias para intervenir en este grupo de la población creando atención personal y comunitaria para su resocialización, en aspectos claves de seguridad ciudadana asociados al delito y crimen</p> |
| Tecnológico | Ecológico | Legal |
| <p>1. La tecnología para la moda, incursión desde el 2008 en Bogotá con una cortadora automática usada para sacar grandes cantidades de moldes en una empresa de mediano tamaño, puede superar fácilmente los \$1.000 millones.</p> <p>2. Hoy en día en avances tecnológicas existe el Plotter, que es una herramienta que organiza los moldes de tal forma que no se desperdicie materia prima y se optimice el tiempo.</p> <p>3. la técnica de sublimación crea diferentes diseños en la tela, sin necesidad de invertir en muchos metros de tela, pero se requiere que las telas tengan un alto contenido de poliéster.</p> | <p>1. En marzo de 2016 se creó el plan de renovación urbana de San Victorino (plaza en donde está localizado el punto de venta de la compañía D'Origins).</p> <p>2. El pasado 17 de noviembre de 2016, la alcaldía impuso la multa más cara en la historia de Bogotá por contaminación ambiental por verter aguas residuales con tintes al alcantarillado entre otras infracciones.</p> <p>3. En cuanto a la comercialización, que se considera contaminación exterior ilegal visual al instalar afiches, pendorones y pasacalles en vía pública, afectando y degradando el paisaje de la ciudad.</p> | <p>1. La ley establece que quienes realicen operaciones deberán expedir factura por cada una de ellas y conservar la copia. La factura que expida el responsable para efectos tributarios, deberá cumplir los requisitos establecidos en el estatuto tributario en artículo 617.</p> <p>2. Según lo dispuesto en el artículo 19 del Código de Comercio, está obligado a llevar contabilidad, de todas sus operaciones diarias y conforme a las prescripciones legales, todo aquél que sea considerado comerciante independientemente de si es una persona natural o jurídica. Actualícese (2016)</p> |

Metodología fuentes primarias

Encuesta a proveedores

Figura 7. ¿D'Origins cumple adecuadamente con los términos establecidos en el pago pactado de insumos?



Figura 8. ¿Su relación con D'Origins le ofrece perspectivas de crecimiento?

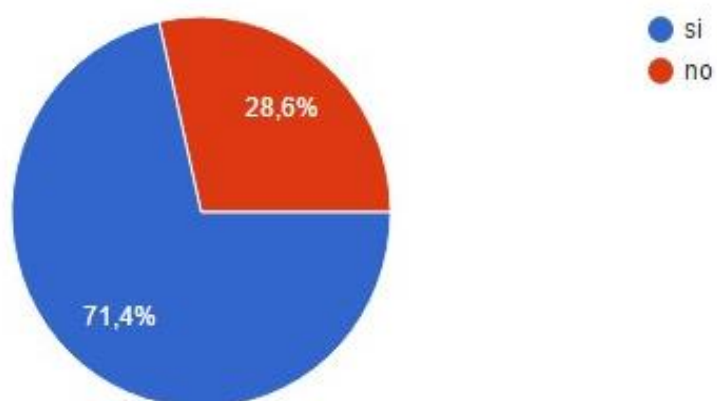


Figura 9. ¿Considera a D'Origins una valiosa referencia de sus insumos en el mercado?

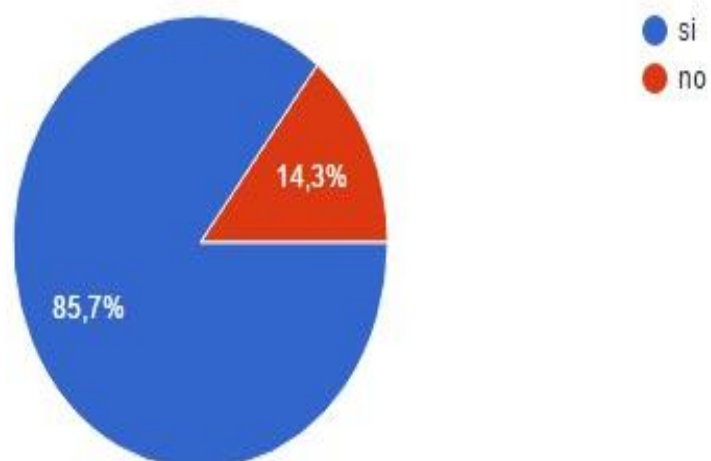


Figura 10. ¿Indique cuál ha sido el comportamiento de la compra de material que ha realizado D'Origins con ustedes?

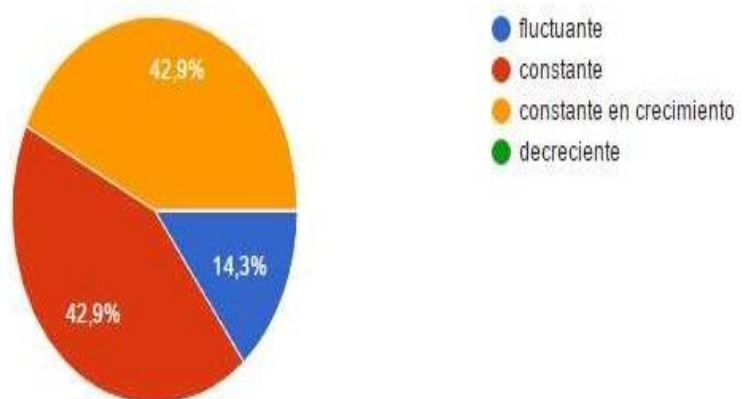


Figura 11. Según el comportamiento de pago de D'Origins, ¿estaría dispuesto a ampliar los tiempos de pago?

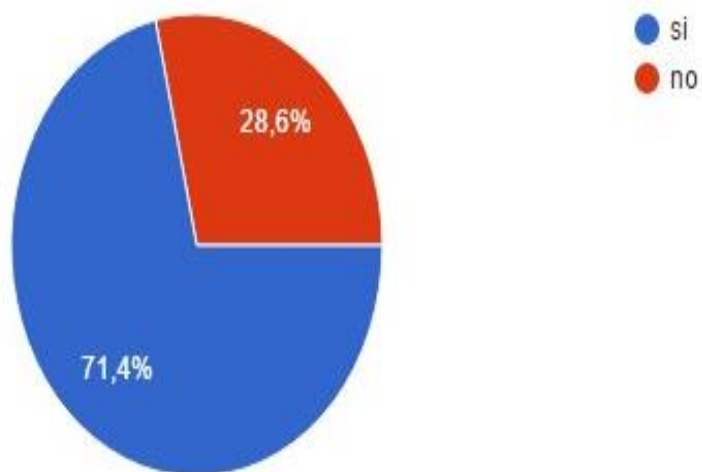


Figura 12 ¿Recomendaría a D'Origins frente a otros proveedores?

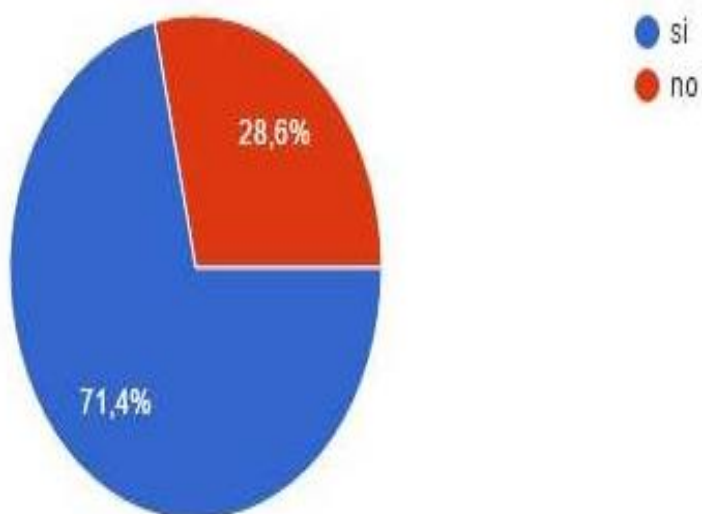
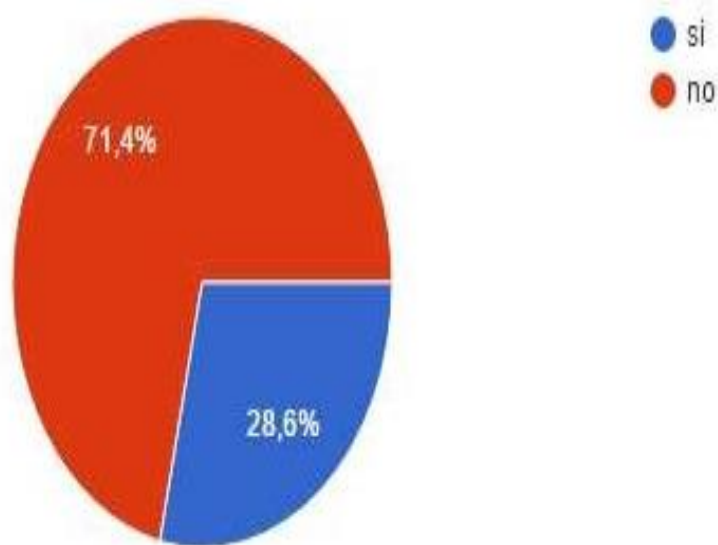


Figura 13 ¿Estaría dispuesto a emitir facturas que cumplan con los parámetros legales para efectos de control y certificación de compra?



Debido a que todos los proveedores coinciden en que D'Origins tiene un buen hábito de pago; aun así, hay quienes respondieron que no ampliarían el plazo de los pagos y que tampoco la recomendarían frente a otros proveedores, es necesario que se realice una entrevista a uno de los empresarios que respondieron de este modo, con fin de conocer el porqué de su respuesta y con base a ello tomar decisiones en la continuidad de compra de sus productos.

Entrevista a Carlos Marín

Se eligió al señor Carlos Marín (proveedor de cremalleras) porque respondió negativamente a las preguntas:

¿Recomendaría a D'Origins frente a otros proveedores?

Según el comportamiento de pago de D'Origins, ¿estaría dispuesto a ampliar los tiempos de pago?

Buscando indagar sobre el porqué de estas respuestas el señor respondió que no está dispuesto a recomendar a D'Origins por que dar una recomendación es comprometerse con los demás proveedores y de pronto con ellos no se tenga el mismo habito de pago, con respecto a ampliar los tiempos de pago el respondió negativamente argumentando que necesita tener en circulación el dinero por cuestiones de capital.

Encuesta a clientes

Figura 14 ¿Cuánto tiempo lleva siendo cliente de D'Origins?

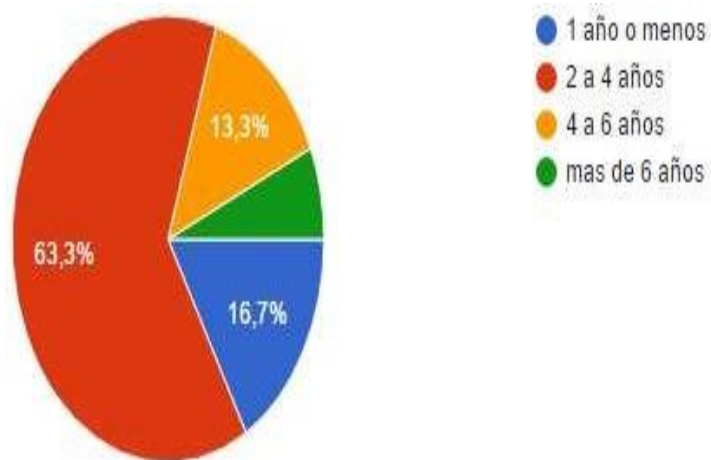


Figura 15 ¿Con qué frecuencia compra chaquetas en D'Origins?

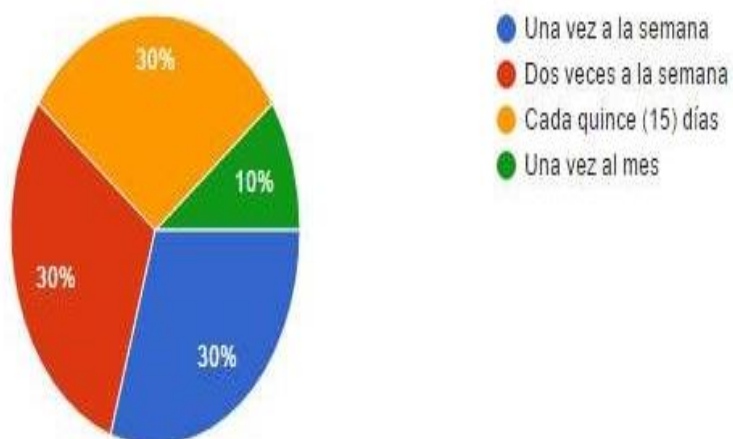


Figura 16 ¿Cuál es el fondo de chaqueta que usted más compra?

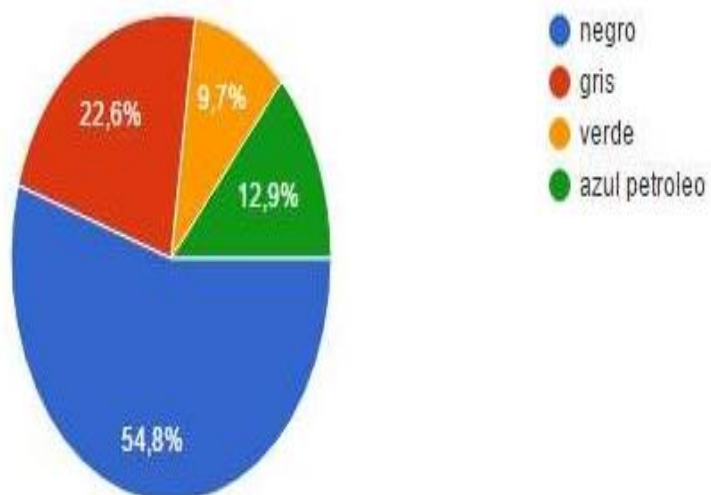


Figura 17; Cuál es el color de combinado que más compra?

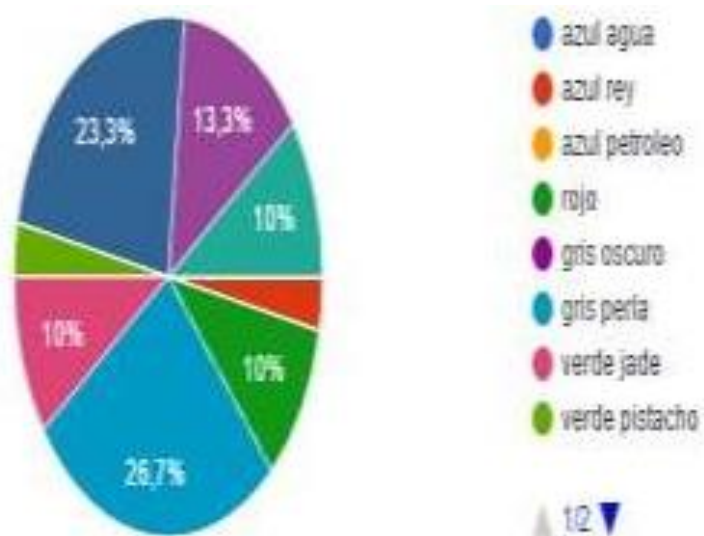


Figura 18. Según su experiencia, ¿qué características quisiera encontrar en los productos D'Origins?

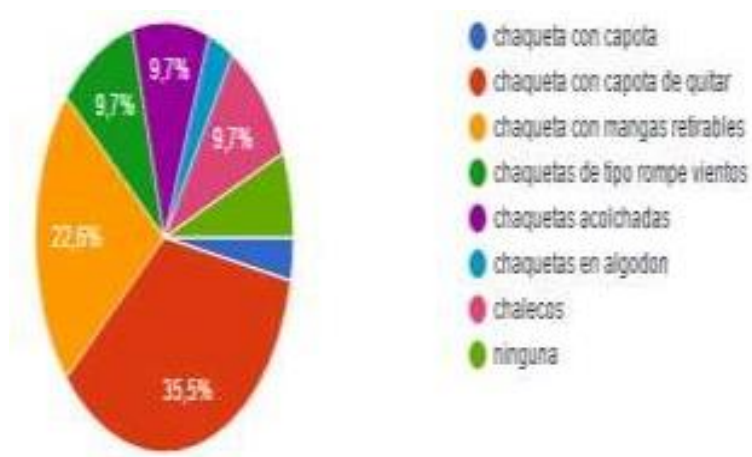


Figura 19. Si el precio del producto incrementa, ¿cuánto más estaría dispuesto a pagar?



Figura 20 ¿Le gustaría a usted que D'Origins implementara diversos canales de venta para hacer más fácil el acceso al producto?

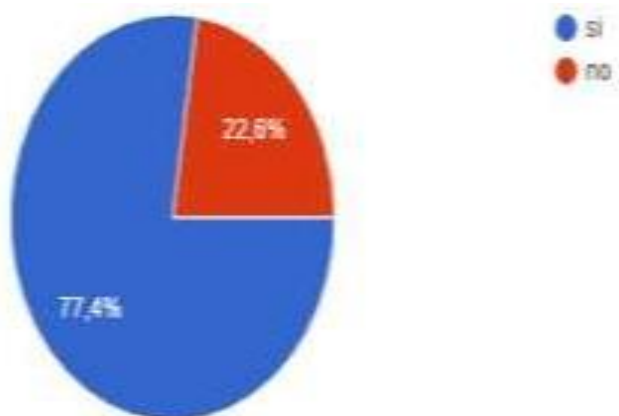


Figura 21. Si a la pregunta anterior usted respondió afirmativamente: ¿Cuál de los siguientes canales de venta le parece a usted el más indicado?

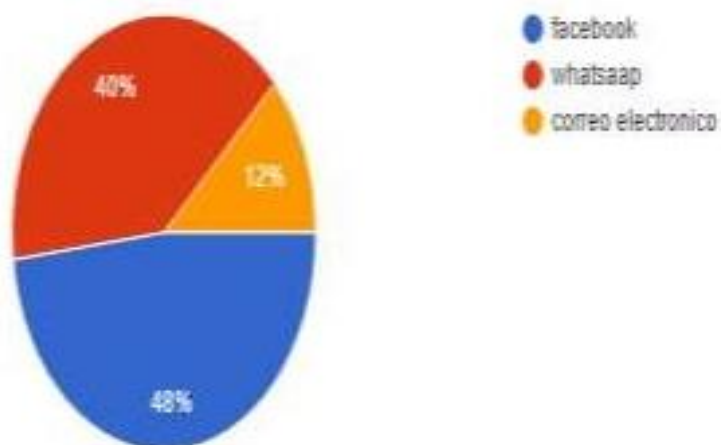


Figura 22. De implementarse el servicio de envío, ¿estaría usted dispuesto a pagar por el flete, para envíos a todo el país? De implementarse el servicio de envío, ¿estaría usted dispuesto a pagar por el flete, para envíos a todo el país?

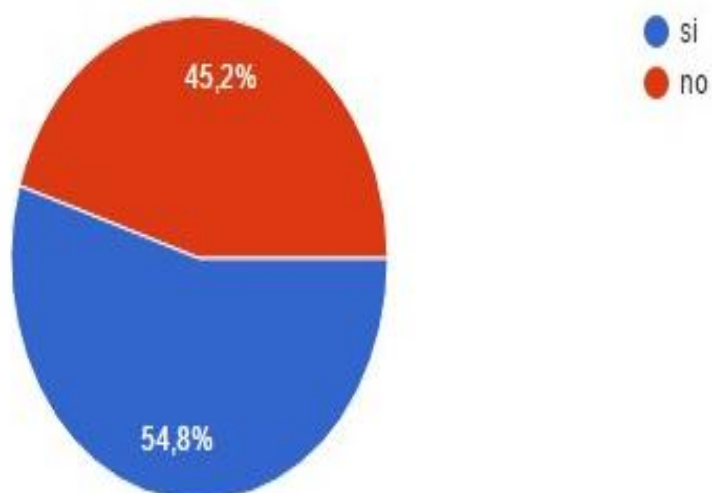
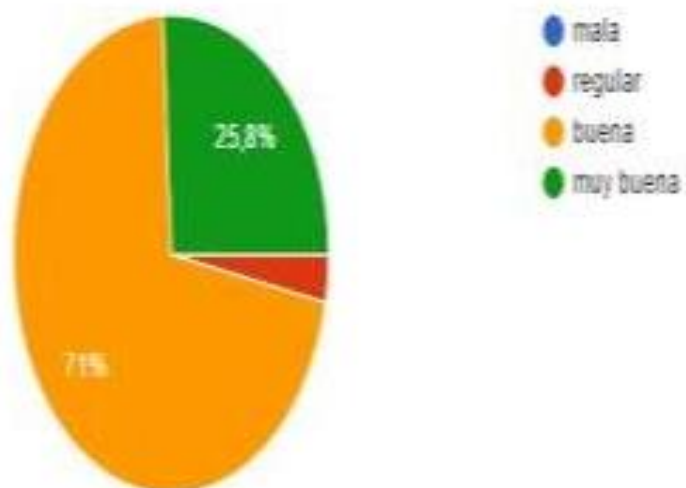


Figura 23. Califique la atención recibida por parte de los vendedores de D'Origins



Análisis del competidor

Dentro de su zona de distribución, D'Origins tiene varios competidores como los son:

Novaworld

Este competidor también distribuye chaquetas para caballero con la diferencia de que el producto de ellos en lugar de llevar en su interior Yumboló y tela quirúrgica, es enguatada, lo que quiere decir que son igual de calurosas pero el volumen de la prenda es mayor. Como desventaja ante D'Origins tienen un precio más elevado, que es 3.000 pesos más costoso; la falta de innovación en sus diseños y la calidad, ya que la guata con el pasar del lavado de la prenda tiende a perder su textura y forma. Se caracteriza por su antigua clientela, los cuales provienen de Pasto, Nariño y tienen como preferencia las chaquetas conocidas como "Bomber" en el mercado.

Bronce, (BR11)

Esta empresa maneja chaquetas para caballero en materiales muy distintos a D'Origins y a los demás competidores, dentro de sus materiales sobresale el algodón y las diferentes combinaciones entre varios colores, son un poco más casuales, adicional a esto sus diseños ofrecen un tallaje que va desde S hasta XL.

Balex

Fabrican y distribuyen chaquetas en cuerina abarcando mayor cantidad de clientes porque sus diseños son para dama y caballero. Se consideran una fuerte competencia por que

les ofrecen a los clientes un producto más formal que se puede usar en el día a día. Su precio es mucho más alto (40% mayor al de D'Origins) debido al costo del material llamado cuerina (el metro de su material externo cuesta \$11.000, cuatro veces más que el de D'Origins); adicional a ello, su clientela los prefiere por su renombre y calidad ante las demás empresas de chaquetas de este tipo.

Evidence

Empresa dedicada a la fabricación y comercialización de chaquetas con las mismas características que D'Origins, incluso el precio. Solo difieren en los diseños.

FSO

Es uno de los competidores más fuertes por sus diseños deportivos y sus chaquetas son totalmente sport, los clientes las prefieren porque no son voluminosas, el hecho de tener como marca FSO hace que se confunda con la marca F50 de Adidas, por esto y por su gran grupo de clientes se les considera el competidor más fuerte.

Jota Tee Sport

Quien fabrica y distribuye chaquetas para caballero también en cerro sport pero con un material como complemento diferente a los de D'Origins, este material se llama "Oscar de la Renta", adicional a esto las chaquetas de esta empresa no llevan resorte en los puños y cadera, la desventaja que se tiene frente a ellos es que muchas personas prefieren las chaquetas sin resorte y que manejan más tallas que D'Origins (desde la talla S hasta la XXL). Por otra parte, la ventaja que tiene D'Origins sobre Jota Tee Sport es que su material externo Oscar de la

Renta, pierde su textura con el lavado, cosa que no sucede con el material Cerro Sport.

Focus group competidores

Segmento a investigar

Competidores directos que le brindan al cliente similares o mismas características en el producto de la bodega donde D'Origins tiene ubicado su punto de venta.

Muestra

Se llevó a cabo un Focus Group en las instalaciones de la bodega Imperio De La Moda, ubicada en el madrugón San Victorino, al que asistieron seis (6) de los diez (10) competidores ubicados en esta bodega, los cuales se seleccionaron de forma aleatoria identificando su tiempo de antigüedad en el mercado como vendedores de chaquetas sport:

Tabla 2. Datos de los competidores

| Antigüedad | Número de personas | Empresa |
|--------------|--------------------|---|
| 1 – 2 años | 1 | Evidence. FSO. Balex. |
| 3 – 4 años | 4 | Jota Tee Sport. Bronce (Br11). |
| 5 – 6 años | 1 | Nova World |
| Total | 6 | |

Preguntas generales

¿Qué materia prima usa en sus diseños?

Tabla 3. Tipo de materia prima que utilizan los competidores

| Empresa | Material interno | | | | | Material externo | | | | | | |
|----------------|-------------------|-------|---------|-----------|--------|------------------|----------------------|----------------|-------|---------|---------|---------|
| | Fleece ovejero | Guata | Yumbolo | Quirugico | Tafeta | Nailon | Oscar de la renta | Cerro sport | Vioto | Resorte | Algodón | Cuerina |
| Evidence | X | | X | X | X | | | X | | X | | |
| FSO | | | | | | | | | X | X | | |
| Balex | | | | | X | | | | | | | X |
| Jota tee sport | X | | X | X | | | X | X | | | | |
| Bronce (BR11) | X | | | | | X | | | | X | X | |
| Nova world | X | X | | | | X | | | | X | X | |
| Total | 4 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 4 | 2 | 1 |

Teniendo en cuenta la similitud en las materias primas usadas, los competidores directos de D'Origins son Evidence y Jota Tee Sport.

¿Las materias primas que usted usa han experimentado alza en el precio durante el último año?

Cuatro (4) de los seis (6) competidores que participaron en el focus group, indicaron que no han incrementado los precios de las materias primas. Y los dos (2) restantes aseguraron que sí y que se debe a la inflación y a la reforma tributaria.

A quienes no les ha incrementado el precio de las materias primas, se les consultó a qué adjudican este fenómeno.

Los competidores coinciden en que los precios no han incrementado por la competencia fuerte entre los proveedores, ya que captan más clientes disminuyendo sus precios. Así que, se puede concluir en este ítem que el hecho de que el precio de la materia prima no aumente no está dependiendo de la fidelidad que se le guarde a un proveedor si no a la mejor oferta.

En vista de que la tendencia es el incremento de los precios, ¿qué medida tomaría usted para no disminuir sus utilidades?

Tabla 4. Procedencia de los materiales

| Empresa | Material interno | | | | | Material externo | | | | | | |
|----------------|-------------------|----------|----------|----------|----------|------------------|----------------------|----------------|-----------|----------|----------|----------|
| | Fleece ovejero | Guata | Yumbolo | Quingico | Tafeta | Nailon | Oscar de la renta | Cerro sport | Vioto | Resorte | Algodón | Cuerina |
| Evidence | Importado | | Nacional | Nacional | Nacional | | | Importado | | Nacional | | |
| FSO | | | | | | | | | Importado | Nacional | | |
| Balex | | | | | Nacional | | | | | | | Nacional |
| Jota tee sport | Importado | | Nacional | Nacional | | | Importado | Importado | | | | |
| Bronce (BR11) | Importado | | | | | Importado | | | | Nacional | Nacional | |
| Nova world | Importado | Nacional | | | | Importado | | | | Nacional | Nacional | |
| Total | 4 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 4 | 2 | 1 |

Basados en la información obtenida, D'Origins va a tener una ventaja competitiva porque tiene la posibilidad de reducir sus costos como estrategia de mercado, frente a la solución más votada que fue incrementar los precios, ya que se considera que no es una buena opción porque los clientes tienen un precio estipulado que pagarían por esta clase de productos.

¿Le da usted algún valor agregado a sus clientes por compras?

Tabla 5. Valor agregado que le proporcionan los competidores a los clientes

| Valor agregado | Empresa | | | | | |
|----------------|----------|-----|-------|----------------|--------|------------|
| | Evidence | FSO | Balex | Jota tee sport | Bronce | Nova world |
| Promociones | | | | | | |
| Descuentos | | X | | | | X |
| Cortesías | | | | | | |
| Merchandising | X | | X | | X | |
| Ninguna | | | | X | | |

Después de haber observado que los competidores no le proporcionan a sus clientes ni cortesías ni promociones, es importante que D'Origins indague sobre cuál de estas opciones es más rentable para que le dé un valor agregado a sus clientes y de este modo fidelizarlos.

Marketing Mix

Para D'Origins se usará el marketing mix como pieza clave para crear estrategias. Este consta de analizar las cuatro variables básicas del mercadeo, las cuatro p: producto, precio, plaza y promoción.

Producto



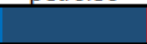



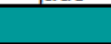






D'Origins ofrece a sus clientes chaquetas sport para caballero, en talla L y XL, es un

producto fabricado con materiales nacionales y extranjeros tales como: cerro sport, fleece ovejero (los cuales componen la chaqueta en un 50% cada uno) tafeta (utilizada para el interior de los bolsillos) y diferentes insumos como lo son: sliders, cremalleras, marquillas, tallas.

Variedad del producto

6 diseños acorde para diferentes gustos, adicional a esto se manejan 4 colores en fondo (negro, gris, verde y azul petróleo) y 8 colores en combinado los cuales se ven a continuación:

Tabla 6. Colores de combinado de los productos de D'Origins

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|--|---|
| Azul agua | Azul rey | Azul petróleo | Rojo | Gris oscuro | Gris perla | Verde jade |
|  |  |  |  |  |  |  |
| Verde pistacho | Naranja | Naranja fluorescente | Verde fluorescente | Mostaza | Vino tinto | |
|  |  |  |  |  |  | |

Diseño

D'Origins se reconoce por sus diseños sport y económicos, aptos para diversas edades.

Ilustración 1. Chaqueta Zafiro



(Fuente: catálogo D'Origins)

Ilustración 2. Chaqueta Quality



(Fuente: catalogo D'Origins)

Ilustración 3. Chaqueta Origins



(Fuente: catalogo D'Origins)

Ilustración 4. Chaqueta Combinada



(Fuente: catalogo D'Origins)

Ilustración 5. Chaqueta Evolution



(Fuente: catalogo D'Origins)

Ilustración 6. Chaqueta Malla Combinada



(Fuente: catalogo D'Origins)

Calidad.

Los productos de D'Origins son de larga duración ya que usa materiales que con el cuidado correspondiente perduraran más de 5 años, según testimonios de clientes.

En respaldo a la calidad de las prendas D'Origins ofrece garantía de reparación en caso de que la prenda este usada y en caso opuesto se realiza cambio de producto por uno en perfecto estado.

Cuidados de las prendas:*Ilustración 7. Marquilla de las prendas**Ilustración 8. Cuidados de las prendas*

- Lavado a mano.
- No usar cloro.
- No retorcer.
- Secar a la sombra.
- No planchar.

Características:

En la parte superior se puede encontrar una tela anti fluido que protegerá al usuario de la lluvia y al interior una tela que le proporcionará el calor que las ciudades frías exigen, las chaquetas D'Origins brindan calidad y economía, pensando en el bolsillo de sus clientes recurrentes.

Precio

Los precios que D'Origins maneja, varían dependiendo de la cantidad de producto que el cliente adquiera:

Al por menor: de una unidad hasta seis (6) unidades: \$30.000

Al por mayor: de siete (7) unidades en adelante: \$25.000

Precio de lista o precio sugerido.

En este caso D'Origins no tiene un precio de venta sugerido, ya que el distribuidor lo estipula dependiendo los costos de venta y el valor de su negocio.

Descuentos

Cuando el cliente compra más de 7 chaquetas recibirá un precio de \$25.000 y cuando lleva más de 150 unidades las llevara a \$24.000.

Periodo de pago

Los pagos se realizan de contado y crédito a dos cuotas esto aplica para los clientes que tienen trayectoria y buen habito de pago con la empresa.

Plaza o punto de venta.

El local está ubicado en la bodega Imperio de la Moda, localizada en la carrera 12 #10- 36, en el centro de Bogotá.

Canales

La mercancía se envía por vía terrestre, por medio de empresas de envíos y encomiendas donde el cliente asume el pago del envío contra entrega.

Ubicaciones: fabrica: calle 26 sur # 21 a 03 barrio San Nicolás, Soacha.

Local: 12 #10-36. Bogotá, centro.

Promoción.

Publicidad.

D'Origins a cada uno de sus clientes les suministra un tarjeta la cual contiene los números de celular de sus directivos, adicional a esto utiliza la promoción voz a voz ya que su calidad, economía y atención al cliente la hacen reconocida en el mercado de venta de chaquetas sport para caballero.

Análisis Financiero

Análisis de ventas

Tabla 7. Cifras de ventas año 2015 y 2016 por diseño.

| Fecha | 31/12/2015 | 31/12/2016 |
|-----------------|-------------------------|-------------------------|
| Producto | Ventas para cada modelo | Ventas para cada modelo |
| Zafiro | 512 | 609 |
| Quality | 909 | 1389 |
| Combinada | 1120 | 1600 |
| Malla combinada | 589 | 702 |
| Origins | 526 | 900 |
| Evolution | 512 | 389 |
| Total: | 4168 | 5589 |

(Morales & Tavera, 2016)

Tabla 8. Análisis horizontal de ventas año 2015 versus 2016

Análisis horizontal de ventas año 2015 vs 2016

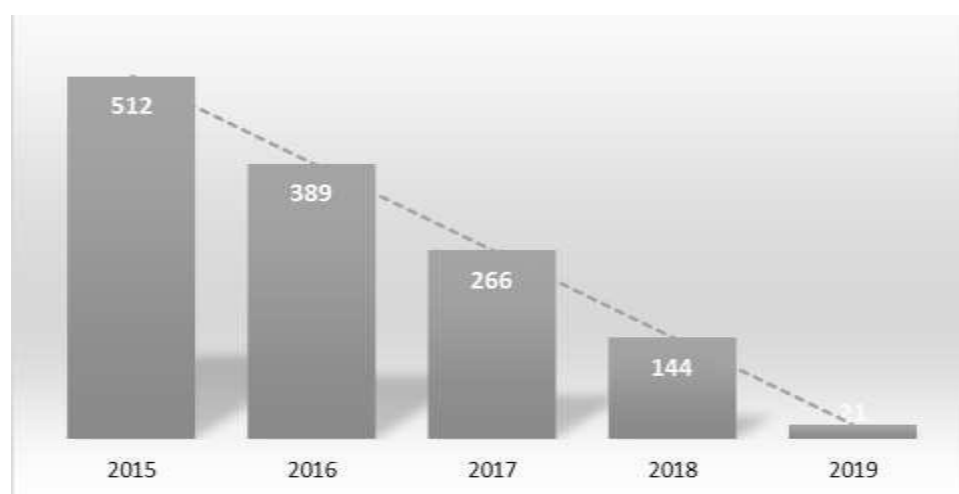
| Producto | Variación absoluta | Variación relativa |
|-----------------|--------------------|--------------------|
| Zafiro | 97 | 7% |
| Quality | 480 | 34% |
| Combinada | 480 | 34% |
| Malla combinada | 113 | 8% |
| Origins | 374 | 26% |
| Evolution | -123 | -9% |
| Total: | 1421 | 100% |

(Morales & Tavera, 2016)

Después de realizar el análisis horizontal de las ventas en los años 2015 y 2016 e interpretando la variación relativa, que muestra el comportamiento de cada diseño, se sugiere a la empresa D'Origins que aumente la producción del diseño llamado Origins ya que se encuentra en auge con un crecimiento anual en ventas del 71%.

De otro lado, es importante que se considere sacar del mercado la chaqueta llamada Evolution para reemplazarla por un nuevo diseño que no tenga un comportamiento decreciente (ver grafica) y que a la vez le permita ofertar un diseño que posea las características que sus clientes demandan.

Ilustración 9. Tendencia en ventas del diseño Evolution



(Morales & Tavera, 2016)

Pronóstico de ventas año 2017 y 2018 en cantidades*

Tabla 9. Pronósticos de ventas año 2017 y 2018

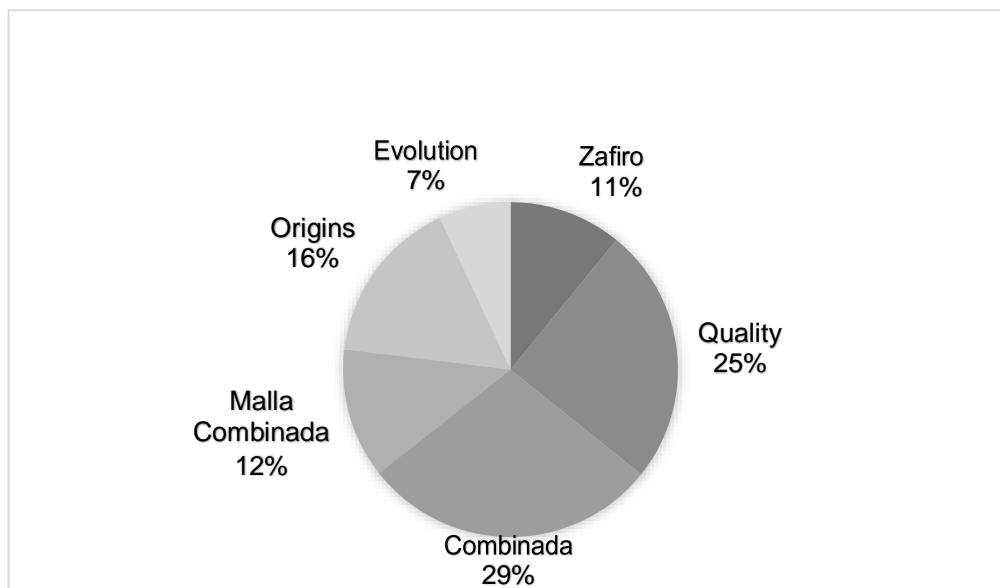
| Fecha | 31/12/2015 | 31/12/2016 | 31/12/2017 | 31/12/2018 |
|-----------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Producto | Ventas para cada modelo | Ventas para cada modelo | Ventas para cada modelo | Ventas para cada modelo |
| Zafiro | 512 | 609 | 706 | 802 |
| Quality | 909 | 1389 | 1868 | 2346 |
| Combinada | 1120 | 1600 | 2079 | 2557 |
| Malla combinada | 589 | 702 | 815 | 927 |
| Origins | 526 | 900 | 1273 | 1646 |
| Evolution | 512 | 389 | 266 | 144 |
| Total: | 4168 | 5589 | 7006 | 8423 |

*Dicho pronóstico se realizó de acuerdo al histórico de ventas que fue suministrado por el gerente propietario de la empresa.

(Morales & Tavera, 2016)

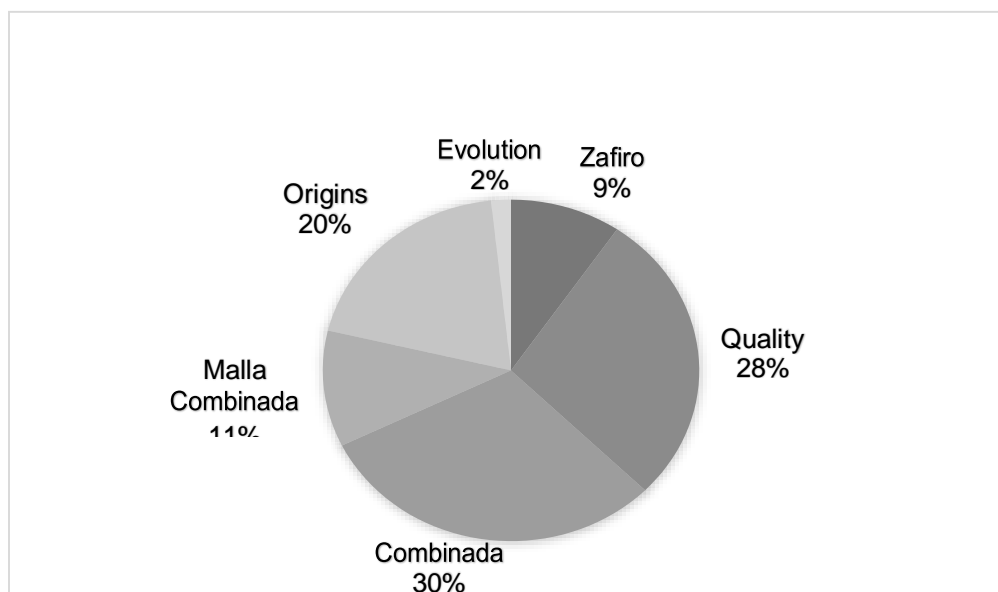
Para este pronóstico de ventas se hizo uso del modelo de regresión lineal con el fin de presentar la relación entre la demanda de cada diseño a través del tiempo en años, dicho pronóstico arrojó un comportamiento creciente el año en curso y los dos años siguientes excepto para el diseño llamado Evolution.

Ilustración 10. Proyección de ventas año 2017



(Morales & Tavera, 2016)

Ilustración 11. Proyección de ventas año 2018



(Morales & Tavera, 2016)

Pronostico de ventas mensuales para año 2017 y 2018

Tabla 10. Pronostico de ventas año 2017 y 2018

| Fecha | Unidades vendidas | | |
|------------|-------------------|----|------------|
| 31/01/2015 | 210 | \$ | 5.250.000 |
| 31/01/2016 | 301 | \$ | 7.525.000 |
| 31/01/2017 | 392 | \$ | 10.198.482 |
| 31/01/2018 | 483 | \$ | 13.047.732 |
| 28/02/2015 | 120 | \$ | 3.000.000 |
| 29/02/2016 | 199 | \$ | 4.975.000 |
| 28/02/2017 | 278 | \$ | 7.222.388 |
| 28/02/2018 | 357 | \$ | 9.627.344 |
| 31/03/2015 | 269 | \$ | 6.725.000 |
| 31/03/2016 | 308 | \$ | 7.700.000 |
| 31/03/2017 | 347 | \$ | 9.019.230 |
| 31/03/2018 | 386 | \$ | 10.416.246 |
| 30/04/2015 | 189 | \$ | 4.725.000 |
| 30/04/2016 | 207 | \$ | 5.175.000 |
| 30/04/2017 | 225 | \$ | 5.848.721 |
| 30/04/2018 | 243 | \$ | 6.558.344 |
| 31/05/2015 | 180 | \$ | 4.500.000 |
| 31/05/2016 | 205 | \$ | 5.125.000 |
| 31/05/2017 | 230 | \$ | 5.978.224 |
| 31/05/2018 | 255 | \$ | 6.881.311 |
| 30/06/2015 | 169 | \$ | 4.225.000 |
| 30/06/2016 | 251 | \$ | 6.275.000 |
| 30/06/2017 | 333 | \$ | 8.652.175 |
| 30/06/2018 | 415 | \$ | 11.192.902 |
| 31/07/2015 | 147 | \$ | 3.675.000 |
| 31/07/2016 | 269 | \$ | 6.725.000 |
| 31/07/2017 | 391 | \$ | 10.157.333 |
| 31/07/2018 | 512 | \$ | 13.833.000 |
| 31/08/2015 | 157 | \$ | 3.925.000 |
| 31/08/2016 | 232 | \$ | 5.800.000 |
| 31/08/2017 | 307 | \$ | 7.976.672 |
| 31/08/2018 | 382 | \$ | 10.302.934 |
| 30/09/2015 | 256 | \$ | 6.400.000 |
| 30/09/2016 | 329 | \$ | 8.225.000 |
| 30/09/2017 | 402 | \$ | 10.446.814 |
| 30/09/2018 | 475 | \$ | 12.814.230 |
| 31/10/2015 | 521 | \$ | 13.025.000 |
| 31/10/2016 | 792 | \$ | 19.800.000 |
| 31/10/2017 | 1062 | \$ | 27.618.749 |
| 31/10/2018 | 1333 | \$ | 35.978.016 |
| 30/11/2015 | 825 | \$ | 20.625.000 |
| 30/11/2016 | 973 | \$ | 24.325.000 |
| 30/11/2017 | 1121 | \$ | 29.135.486 |
| 30/11/2018 | 1268 | \$ | 34.241.164 |
| 31/12/2015 | 1125 | \$ | 28.125.000 |
| 31/12/2016 | 1523 | \$ | 38.075.000 |
| 31/12/2017 | 1920 | \$ | 49.917.727 |
| 31/12/2018 | 2317 | \$ | 62.554.279 |

(Morales & Tavera, 2016)

Punto de equilibrio en ventas año 2017

Tabla 11. Punto de Equilibrio mensual para el año 2017

| | enero | febrero | marzo | abril | mayo | junio | julio | agosto | septiembre | octubre | noviembre | diciembre |
|--|----------------|--------------|----------------|--------------|--------------|-----------------|----------------|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Unidades a vender | 392 | 278 | 347 | 225 | 230 | 333 | 391 | 307 | 402 | 1062 | 1121 | 1920 |
| Porcentaje de participación | 6% | 4% | 5% | 3% | 3% | 5% | 6% | 4% | 6% | 15% | 16% | 27% |
| Precio de venta unitario | | | | | | \$25.000,00 | | | | | | |
| Costo fijo | | | | | | \$20.707.786,40 | | | | | | |
| Porcentaje de participación mensual del costo fijo | \$1.159.277,99 | \$820.980,54 | \$1.025.230,42 | \$664.833,62 | \$679.554,41 | \$983.506,73 | \$1.154.600,53 | \$906.721,24 | \$1.187.506,29 | \$3.139.467,88 | \$3.311.877,91 | \$5.674.228,84 |
| Margen de contribución promedio | | | | | | \$9.171,74 | | | | | | |
| Margen de contribución ponderado | \$ 513,46 | \$ 363,62 | \$ 454,09 | \$ 294,46 | \$ 300,98 | \$ 435,61 | \$ 511,39 | \$ 402 | \$ 526 | \$ 1.391 | \$ 1.467 | \$ 2.513 |
| Punto de equilibrio general | | | | | | | | | | | | 2.258 |
| Punto de equilibrio del producto | 126,397 | 89,512 | 111,782 | 72,487 | 74,092 | 107,232 | 125,887 | 98,860 | 129,475 | 342,298 | 361,096 | 618,665 |

Diferencia entre ingresos y costos totales mes a mes para año 2017

Tabla 12. Punto de equilibrio mensual

| meses del año 2017 | Unidades de equilibrio | Ingresos | costo total | diferencia |
|--------------------|------------------------|------------------|------------------|------------|
| Enero | 126,397 | \$ 3.159.920,08 | \$ 3.159.920,08 | \$ - |
| Febrero | 89,512 | \$ 2.237.800,52 | \$ 2.237.800,52 | \$ - |
| Marzo | 111,782 | \$ 2.794.537,84 | \$ 2.794.537,84 | \$ - |
| Abril | 72,487 | \$ 1.812.180,63 | \$ 1.812.180,63 | \$ - |
| Mayo | 74,092 | \$ 1.852.306,04 | \$ 1.852.306,04 | \$ - |
| Junio | 107,232 | \$ 2.680.808,82 | \$ 2.680.808,82 | \$ - |
| Julio | 125,887 | \$ 3.147.170,42 | \$ 3.147.170,42 | \$ - |
| Agosto | 98,860 | \$ 2.471.509,58 | \$ 2.471.509,58 | \$ - |
| Septiembre | 129,475 | \$ 3.236.863,81 | \$ 3.236.863,81 | \$ - |
| Octubre | 342,298 | \$ 8.557.453,61 | \$ 8.557.453,61 | \$ - |
| Noviembre | 361,096 | \$ 9.027.402,95 | \$ 9.027.402,95 | \$ - |
| Diciembre | 618,665 | \$ 15.466.617,88 | \$ 15.466.617,88 | \$ - |

Grafica punto de equilibrio mensual para el año 2017.

Tabla 13. Punto de equilibrio mes de enero de 2017

| Unidades | Ingresos | Costo total | Diferencia |
|----------|----------------|----------------|-----------------|
| 10 | \$250.000,00 | \$1.317.560,64 | -\$1.067.560,64 |
| 20 | \$500.000,00 | \$1.475.843,29 | -\$975.843,29 |
| 30 | \$750.000,00 | \$1.634.125,94 | -\$884.125,94 |
| 40 | \$1.000.000,00 | \$1.792.408,58 | -\$792.408,58 |
| 50 | \$1.250.000,00 | \$1.950.691,23 | -\$700.691,23 |
| 60 | \$1.500.000,00 | \$2.108.973,88 | -\$608.973,88 |
| 70 | \$1.750.000,00 | \$2.267.256,53 | -\$517.256,53 |
| 80 | \$2.000.000,00 | \$2.425.539,18 | -\$425.539,18 |
| 90 | \$2.250.000,00 | \$2.583.821,83 | -\$333.821,83 |
| 100 | \$2.500.000,00 | \$2.742.104,48 | -\$242.104,48 |
| 110 | \$2.750.000,00 | \$2.900.387,13 | -\$150.387,13 |
| 120 | \$3.000.000,00 | \$3.058.669,78 | -\$58.669,78 |
| 126,397 | \$3.159.920,08 | \$3.159.920,08 | \$0,00 |
| 140 | \$3.500.000,00 | \$3.375.235,08 | \$124.764,92 |
| 150 | \$3.750.000,00 | \$3.533.517,73 | \$216.482,27 |
| 160 | \$4.000.000,00 | \$3.691.800,38 | \$308.199,62 |
| 170 | \$4.250.000,00 | \$3.850.083,03 | \$399.916,97 |
| 180 | \$4.500.000,00 | \$4.008.365,68 | \$491.634,32 |
| 190 | \$4.750.000,00 | \$4.166.648,33 | \$583.351,67 |
| 200 | \$5.000.000,00 | \$4.324.930,98 | \$675.069,02 |

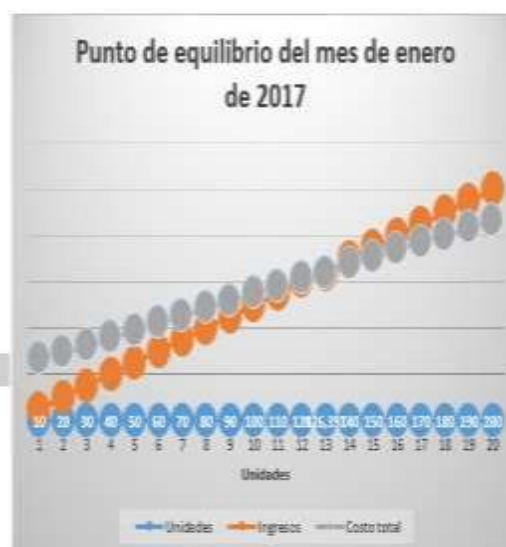


Tabla 14. Punto de equilibrio del mes de febrero de 2017

| Unidades | Ingresos | Costo total | Diferencia |
|---------------|-----------------------|-----------------------|----------------|
| 10 | \$250.000,00 | \$979.263,19 | -\$729.263,19 |
| 20 | \$500.000,00 | \$1.137.545,84 | -\$637.545,84 |
| 30 | \$750.000,00 | \$1.295.828,49 | -\$545.828,49 |
| 40 | \$1.000.000,00 | \$1.454.111,14 | -\$454.111,14 |
| 50 | \$1.250.000,00 | \$1.612.393,79 | -\$362.393,79 |
| 60 | \$1.500.000,00 | \$1.770.676,44 | -\$270.676,44 |
| 70 | \$1.750.000,00 | \$1.928.959,09 | -\$178.959,09 |
| 80 | \$2.000.000,00 | \$2.087.241,74 | -\$87.241,74 |
| 89.512 | \$2.237.800,52 | \$2.237.800,52 | \$0,00 |
| 100 | \$2.500.000,00 | \$2.403.807,03 | \$96.192,97 |
| 110 | \$2.750.000,00 | \$2.562.089,68 | \$187.910,32 |
| 120 | \$3.000.000,00 | \$2.720.372,33 | \$279.627,67 |
| 130 | \$3.250.000,00 | \$2.878.654,98 | \$371.345,02 |
| 140 | \$3.500.000,00 | \$3.036.937,63 | \$463.062,37 |
| 150 | \$3.750.000,00 | \$3.195.220,28 | \$554.779,72 |
| 160 | \$4.000.000,00 | \$3.353.502,93 | \$646.497,07 |
| 170 | \$4.250.000,00 | \$3.511.785,58 | \$738.214,42 |
| 180 | \$4.500.000,00 | \$3.670.068,23 | \$829.931,77 |
| 190 | \$4.750.000,00 | \$3.828.350,88 | \$921.649,12 |
| 200 | \$5.000.000,00 | \$3.986.633,53 | \$1.013.366,47 |



Tabla 15. Punto de equilibrio mes de marzo de 2017

| Unidades | Ingresos | Costo total | Diferencia |
|----------------|-----------------------|-----------------------|---------------|
| 10 | \$250.000,00 | \$1.183.513,07 | -\$933.513,07 |
| 20 | \$500.000,00 | \$1.341.795,72 | -\$841.795,72 |
| 30 | \$750.000,00 | \$1.500.078,37 | -\$750.078,37 |
| 40 | \$1.000.000,00 | \$1.658.361,02 | -\$658.361,02 |
| 50 | \$1.250.000,00 | \$1.816.643,67 | -\$566.643,67 |
| 60 | \$1.500.000,00 | \$1.974.926,32 | -\$474.926,32 |
| 70 | \$1.750.000,00 | \$2.133.208,97 | -\$383.208,97 |
| 80 | \$2.000.000,00 | \$2.291.491,62 | -\$291.491,62 |
| 90 | \$2.250.000,00 | \$2.449.774,27 | -\$199.774,27 |
| 100 | \$2.500.000,00 | \$2.608.056,92 | -\$108.056,92 |
| 111.782 | \$2.794.537,84 | \$2.794.537,84 | \$0,00 |
| 120 | \$3.000.000,00 | \$2.924.622,22 | \$75.377,78 |
| 130 | \$3.250.000,00 | \$3.082.904,87 | \$167.095,13 |
| 140 | \$3.500.000,00 | \$3.241.187,52 | \$258.812,48 |
| 150 | \$3.750.000,00 | \$3.399.470,17 | \$350.529,83 |
| 160 | \$4.000.000,00 | \$3.557.752,82 | \$442.247,18 |
| 170 | \$4.250.000,00 | \$3.716.035,47 | \$533.964,53 |
| 180 | \$4.500.000,00 | \$3.874.318,12 | \$625.681,88 |
| 190 | \$4.750.000,00 | \$4.032.600,77 | \$717.399,23 |
| 200 | \$5.000.000,00 | \$4.190.883,42 | \$809.116,58 |



Tabla 16. Punto de equilibrio mes de abril de 2017

| Unidades | Ingresos | Costo total | Diferencia |
|---------------|-----------------------|-----------------------|----------------|
| 10 | \$250.000,00 | \$823.116,27 | -\$573.116,27 |
| 20 | \$500.000,00 | \$981.398,92 | -\$481.398,92 |
| 30 | \$750.000,00 | \$1.139.681,57 | -\$389.681,57 |
| 40 | \$1.000.000,00 | \$1.297.964,22 | -\$297.964,22 |
| 50 | \$1.250.000,00 | \$1.456.246,87 | -\$206.246,87 |
| 60 | \$1.500.000,00 | \$1.614.529,52 | -\$114.529,52 |
| 72,487 | \$1.812.180,63 | \$1.812.180,63 | \$0,00 |
| 80 | \$2.000.000,00 | \$1.931.094,82 | \$68.905,18 |
| 90 | \$2.250.000,00 | \$2.089.377,47 | \$160.622,53 |
| 100 | \$2.500.000,00 | \$2.247.660,12 | \$252.339,88 |
| 110 | \$2.750.000,00 | \$2.405.942,77 | \$344.057,23 |
| 120 | \$3.000.000,00 | \$2.564.225,42 | \$435.774,58 |
| 130 | \$3.250.000,00 | \$2.722.508,07 | \$527.491,93 |
| 140 | \$3.500.000,00 | \$2.880.790,72 | \$619.209,28 |
| 150 | \$3.750.000,00 | \$3.039.073,37 | \$710.926,63 |
| 160 | \$4.000.000,00 | \$3.197.356,02 | \$802.643,98 |
| 170 | \$4.250.000,00 | \$3.355.638,67 | \$894.361,33 |
| 180 | \$4.500.000,00 | \$3.513.921,32 | \$986.078,68 |
| 190 | \$4.750.000,00 | \$3.672.203,97 | \$1.077.796,03 |
| 200 | \$5.000.000,00 | \$3.830.486,62 | \$1.169.513,38 |

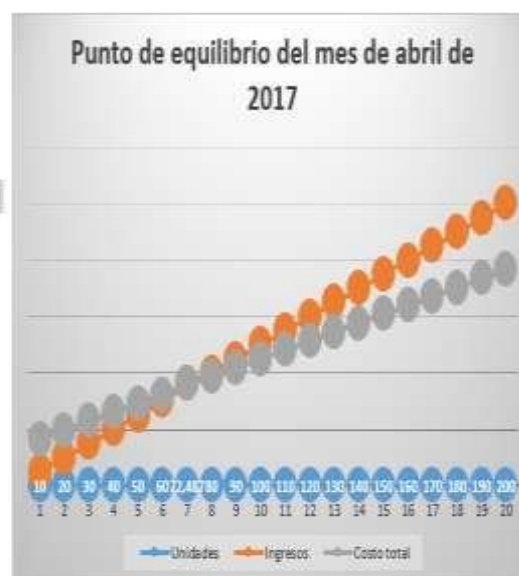


Tabla 17. Punto de equilibrio del mes de mayo de 2017

| Unidades | Ingresos | Costo total | Diferencia |
|---------------|-----------------------|-----------------------|----------------|
| 10 | \$250.000,00 | \$837.837,06 | -\$587.837,06 |
| 20 | \$500.000,00 | \$996.119,71 | -\$496.119,71 |
| 30 | \$750.000,00 | \$1.154.402,36 | -\$404.402,36 |
| 40 | \$1.000.000,00 | \$1.312.685,01 | -\$312.685,01 |
| 50 | \$1.250.000,00 | \$1.470.967,66 | -\$220.967,66 |
| 60 | \$1.500.000,00 | \$1.629.250,31 | -\$129.250,31 |
| 74,092 | \$1.852.306,04 | \$1.852.306,04 | \$0,00 |
| 80 | \$2.000.000,00 | \$1.945.815,61 | \$54.184,39 |
| 90 | \$2.250.000,00 | \$2.104.098,26 | \$145.901,74 |
| 100 | \$2.500.000,00 | \$2.262.380,91 | \$237.619,09 |
| 110 | \$2.750.000,00 | \$2.420.663,55 | \$329.336,45 |
| 120 | \$3.000.000,00 | \$2.578.946,20 | \$421.053,80 |
| 130 | \$3.250.000,00 | \$2.737.228,85 | \$512.771,15 |
| 140 | \$3.500.000,00 | \$2.895.511,50 | \$604.488,50 |
| 150 | \$3.750.000,00 | \$3.053.794,15 | \$696.205,85 |
| 160 | \$4.000.000,00 | \$3.212.076,80 | \$787.923,20 |
| 170 | \$4.250.000,00 | \$3.370.359,45 | \$879.640,55 |
| 180 | \$4.500.000,00 | \$3.528.642,10 | \$971.357,90 |
| 190 | \$4.750.000,00 | \$3.686.924,75 | \$1.063.075,25 |
| 200 | \$5.000.000,00 | \$3.845.207,40 | \$1.154.792,60 |

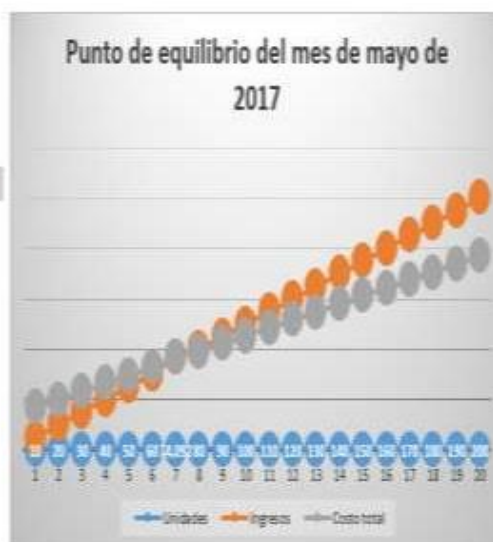


Tabla 18. Punto de equilibrio del mes de junio de 2017

| Unidades | Ingresos | Costo total | Diferencia |
|----------------|-----------------------|-----------------------|---------------|
| 10 | \$250.000,00 | \$1.141.789,38 | -\$891.789,38 |
| 20 | \$500.000,00 | \$1.300.072,03 | -\$800.072,03 |
| 30 | \$750.000,00 | \$1.458.354,68 | -\$708.354,68 |
| 40 | \$1.000.000,00 | \$1.616.637,33 | -\$616.637,33 |
| 50 | \$1.250.000,00 | \$1.774.919,98 | -\$524.919,98 |
| 60 | \$1.500.000,00 | \$1.933.202,63 | -\$433.202,63 |
| 70 | \$1.750.000,00 | \$2.091.485,28 | -\$341.485,28 |
| 80 | \$2.000.000,00 | \$2.249.767,93 | -\$249.767,93 |
| 90 | \$2.250.000,00 | \$2.408.050,58 | -\$158.050,58 |
| 100 | \$2.500.000,00 | \$2.566.333,23 | -\$66.333,23 |
| 107,232 | \$2.680.808,82 | \$2.680.808,82 | \$0,00 |
| 120 | \$3.000.000,00 | \$2.882.898,52 | \$117.101,48 |
| 130 | \$3.250.000,00 | \$3.041.181,17 | \$208.818,83 |
| 140 | \$3.500.000,00 | \$3.199.463,82 | \$300.536,18 |
| 150 | \$3.750.000,00 | \$3.357.746,47 | \$392.253,53 |
| 160 | \$4.000.000,00 | \$3.516.029,12 | \$483.970,88 |
| 170 | \$4.250.000,00 | \$3.674.311,77 | \$575.688,23 |
| 180 | \$4.500.000,00 | \$3.832.594,42 | \$667.405,58 |
| 190 | \$4.750.000,00 | \$3.990.877,07 | \$759.122,93 |
| 200 | \$5.000.000,00 | \$4.149.159,72 | \$850.840,28 |

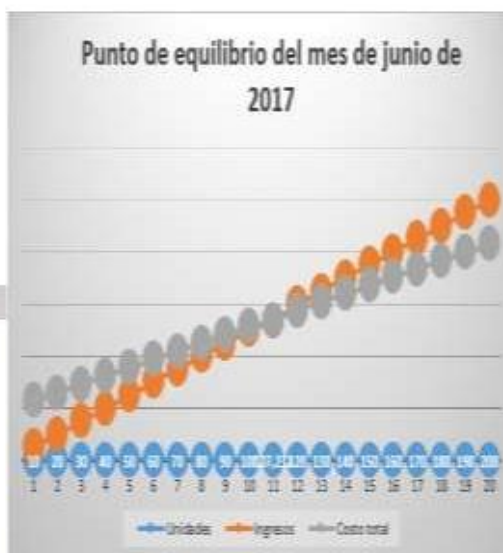


Tabla 19. Punto de equilibrio del mes de julio de 2017

| Unidades | Ingresos | Costo total | Diferencia |
|----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------|
| 10 | \$250.000,00 | \$1.312.883,18 | -\$1.062.883,18 |
| 20 | \$500.000,00 | \$1.471.165,83 | -\$971.165,83 |
| 30 | \$750.000,00 | \$1.629.448,48 | -\$879.448,48 |
| 40 | \$1.000.000,00 | \$1.787.731,13 | -\$787.731,13 |
| 50 | \$1.250.000,00 | \$1.946.013,78 | -\$696.013,78 |
| 60 | \$1.500.000,00 | \$2.104.296,43 | -\$604.296,43 |
| 70 | \$1.750.000,00 | \$2.262.579,08 | -\$512.579,08 |
| 80 | \$2.000.000,00 | \$2.420.861,73 | -\$420.861,73 |
| 90 | \$2.250.000,00 | \$2.579.144,38 | -\$329.144,38 |
| 100 | \$2.500.000,00 | \$2.737.427,03 | -\$237.427,03 |
| 110 | \$2.750.000,00 | \$2.895.709,68 | -\$145.709,68 |
| 125,887 | \$3.147.170,42 | \$3.147.170,42 | \$0,00 |
| 130 | \$3.250.000,00 | \$3.212.274,97 | \$37.725,03 |
| 140 | \$3.500.000,00 | \$3.370.557,62 | \$129.442,38 |
| 150 | \$3.750.000,00 | \$3.528.840,27 | \$221.159,73 |
| 160 | \$4.000.000,00 | \$3.687.122,92 | \$312.877,08 |
| 170 | \$4.250.000,00 | \$3.845.405,57 | \$404.594,43 |
| 180 | \$4.500.000,00 | \$4.003.688,22 | \$496.311,78 |
| 190 | \$4.750.000,00 | \$4.161.970,87 | \$588.029,13 |
| 200 | \$5.000.000,00 | \$4.320.253,52 | \$679.746,48 |

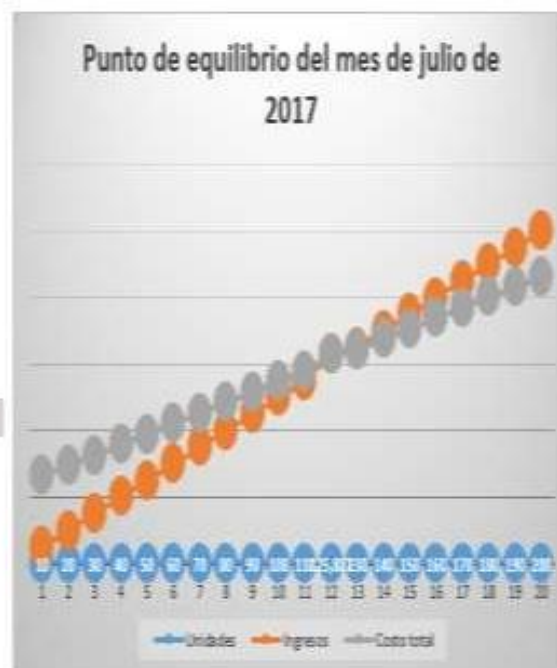


Tabla 20. Punto de equilibrio del mes de agosto de 2017

| Unidades | Ingresos | Costo total | Diferencia |
|-----------|-----------------------|-----------------------|---------------|
| 10 | \$250.000,00 | \$1.065.003,89 | -\$815.003,89 |
| 20 | \$500.000,00 | \$1.223.286,54 | -\$723.286,54 |
| 30 | \$750.000,00 | \$1.381.569,19 | -\$631.569,19 |
| 40 | \$1.000.000,00 | \$1.539.851,84 | -\$539.851,84 |
| 50 | \$1.250.000,00 | \$1.698.134,49 | -\$448.134,49 |
| 60 | \$1.500.000,00 | \$1.856.417,14 | -\$356.417,14 |
| 70 | \$1.750.000,00 | \$2.014.699,79 | -\$264.699,79 |
| 80 | \$2.000.000,00 | \$2.172.982,44 | -\$172.982,44 |
| 99 | \$2.471.509,58 | \$2.471.509,58 | \$0,00 |
| 100 | \$2.500.000,00 | \$2.489.547,74 | \$10.452,26 |
| 110 | \$2.750.000,00 | \$2.647.830,39 | \$102.169,61 |
| 120 | \$3.000.000,00 | \$2.806.113,03 | \$193.886,97 |
| 130 | \$3.250.000,00 | \$2.964.395,68 | \$285.604,32 |
| 140 | \$3.500.000,00 | \$3.122.678,33 | \$377.321,67 |
| 150 | \$3.750.000,00 | \$3.280.960,98 | \$469.039,02 |
| 160 | \$4.000.000,00 | \$3.439.243,63 | \$560.756,37 |
| 170 | \$4.250.000,00 | \$3.597.526,28 | \$652.473,72 |
| 180 | \$4.500.000,00 | \$3.755.808,93 | \$744.191,07 |
| 190 | \$4.750.000,00 | \$3.914.091,58 | \$835.908,42 |
| 200 | \$5.000.000,00 | \$4.072.374,23 | \$927.625,77 |

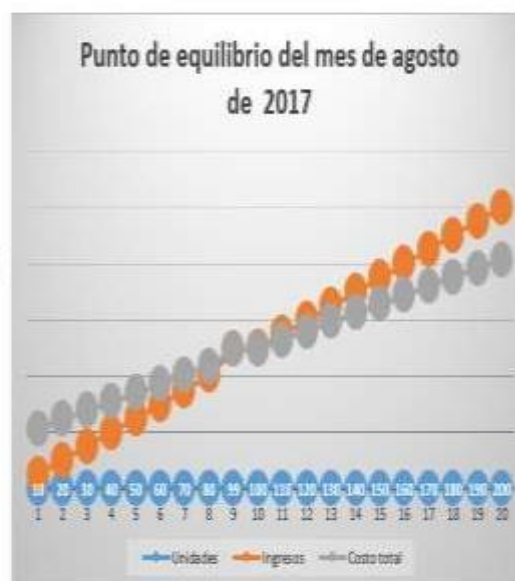


Tabla 21. Punto de equilibrio del mes de septiembre de 2017

| Unidades | Ingresos | Costo total | Diferencia |
|------------|-----------------------|-----------------------|-----------------|
| 10 | \$250.000,00 | \$1.345.788,94 | -\$1.095.788,94 |
| 20 | \$500.000,00 | \$1.504.071,59 | -\$1.004.071,59 |
| 30 | \$750.000,00 | \$1.662.354,24 | -\$912.354,24 |
| 40 | \$1.000.000,00 | \$1.820.636,89 | -\$820.636,89 |
| 50 | \$1.250.000,00 | \$1.978.919,54 | -\$728.919,54 |
| 60 | \$1.500.000,00 | \$2.137.202,19 | -\$637.202,19 |
| 70 | \$1.750.000,00 | \$2.295.484,84 | -\$545.484,84 |
| 80 | \$2.000.000,00 | \$2.453.767,49 | -\$453.767,49 |
| 90 | \$2.250.000,00 | \$2.612.050,14 | -\$362.050,14 |
| 100 | \$2.500.000,00 | \$2.770.332,79 | -\$270.332,79 |
| 110 | \$2.750.000,00 | \$2.928.615,44 | -\$178.615,44 |
| 120 | \$3.000.000,00 | \$3.086.898,08 | -\$86.898,08 |
| 129 | \$3.236.863,81 | \$3.236.863,81 | \$0,00 |
| 140 | \$3.500.000,00 | \$3.403.463,38 | \$96.536,62 |
| 150 | \$3.750.000,00 | \$3.561.746,03 | \$188.253,97 |
| 160 | \$4.000.000,00 | \$3.720.028,68 | \$279.971,32 |
| 170 | \$4.250.000,00 | \$3.878.311,33 | \$371.688,67 |
| 180 | \$4.500.000,00 | \$4.036.593,98 | \$463.406,02 |
| 190 | \$4.750.000,00 | \$4.194.876,63 | \$555.123,37 |
| 200 | \$5.000.000,00 | \$4.353.159,28 | \$646.840,72 |

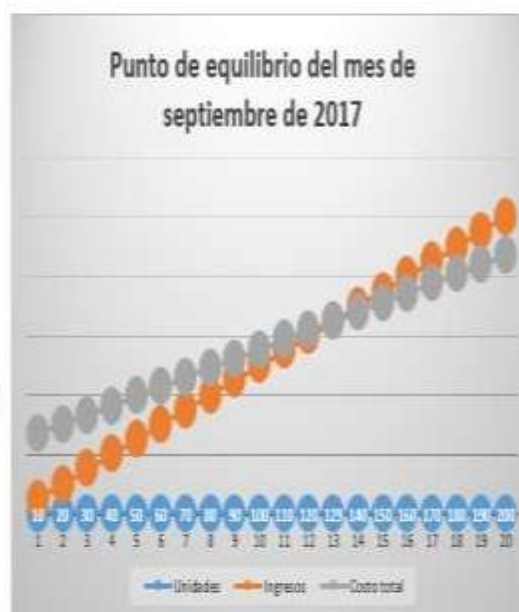


Tabla 22. Punto de equilibrio del mes de octubre de 2017

| Unidades | Ingresos | Costo total | Diferencia |
|----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------|
| 30 | \$750.000,00 | \$3.614.315,83 | -\$2.864.315,83 |
| 60 | \$1.500.000,00 | \$4.089.163,78 | -\$2.589.163,78 |
| 90 | \$2.250.000,00 | \$4.564.011,73 | -\$2.314.011,73 |
| 120 | \$3.000.000,00 | \$5.038.859,68 | -\$2.038.859,68 |
| 150 | \$3.750.000,00 | \$5.513.707,63 | -\$1.763.707,63 |
| 180 | \$4.500.000,00 | \$5.988.555,58 | -\$1.488.555,58 |
| 210 | \$5.250.000,00 | \$6.463.403,53 | -\$1.213.403,53 |
| 240 | \$6.000.000,00 | \$6.938.251,48 | -\$938.251,48 |
| 270 | \$6.750.000,00 | \$7.413.099,42 | -\$663.099,42 |
| 300 | \$7.500.000,00 | \$7.887.947,37 | -\$387.947,37 |
| 342.296 | \$8.557.453,61 | \$8.557.453,61 | \$0,00 |
| 360 | \$9.000.000,00 | \$8.837.643,27 | \$162.356,73 |
| 390 | \$9.750.000,00 | \$9.312.491,22 | \$437.508,78 |
| 420 | \$10.500.000,00 | \$9.787.339,17 | \$712.660,83 |
| 450 | \$11.250.000,00 | \$10.262.187,12 | \$987.812,88 |
| 480 | \$12.000.000,00 | \$10.737.035,07 | \$1.262.964,93 |
| 510 | \$12.750.000,00 | \$11.211.883,02 | \$1.538.116,98 |
| 540 | \$13.500.000,00 | \$11.686.730,97 | \$1.813.269,03 |
| 570 | \$14.250.000,00 | \$12.161.578,92 | \$2.088.421,08 |
| 600 | \$15.000.000,00 | \$12.636.426,86 | \$2.363.573,14 |

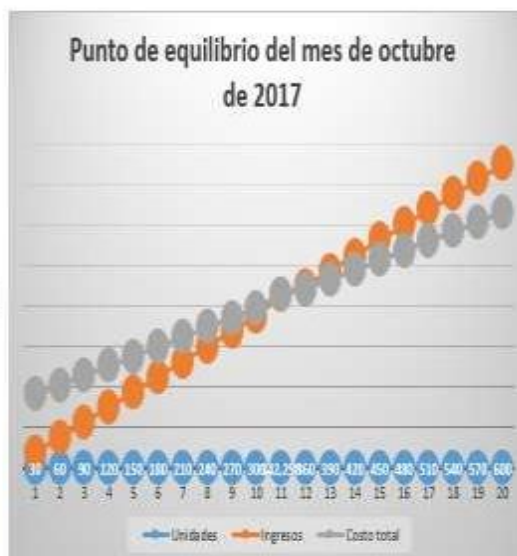


Tabla 23. Punto de equilibrio del mes de noviembre de 2017

| Unidades | Ingresos | Costo total | Diferencia |
|----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------|
| 30 | \$750.000,00 | \$3.786.725,86 | -\$3.036.725,86 |
| 60 | \$1.500.000,00 | \$4.261.573,81 | -\$2.761.573,81 |
| 90 | \$2.250.000,00 | \$4.736.421,76 | -\$2.486.421,76 |
| 120 | \$3.000.000,00 | \$5.211.269,71 | -\$2.211.269,71 |
| 150 | \$3.750.000,00 | \$5.686.117,66 | -\$1.936.117,66 |
| 180 | \$4.500.000,00 | \$6.160.965,61 | -\$1.660.965,61 |
| 210 | \$5.250.000,00 | \$6.635.813,56 | -\$1.385.813,56 |
| 240 | \$6.000.000,00 | \$7.110.661,51 | -\$1.110.661,51 |
| 270 | \$6.750.000,00 | \$7.585.509,46 | -\$835.509,46 |
| 300 | \$7.500.000,00 | \$8.060.357,41 | -\$560.357,41 |
| 330 | \$8.250.000,00 | \$8.535.205,35 | -\$285.205,35 |
| 361.096 | \$9.027.402,95 | \$9.027.402,95 | \$0,00 |
| 390 | \$9.750.000,00 | \$9.484.901,25 | \$265.098,75 |
| 420 | \$10.500.000,00 | \$9.959.749,20 | \$540.250,80 |
| 450 | \$11.250.000,00 | \$10.434.597,15 | \$815.402,85 |
| 480 | \$12.000.000,00 | \$10.909.445,10 | \$1.090.554,90 |
| 510 | \$12.750.000,00 | \$11.384.293,05 | \$1.365.706,95 |
| 540 | \$13.500.000,00 | \$11.859.141,00 | \$1.640.859,00 |
| 570 | \$14.250.000,00 | \$12.333.988,95 | \$1.916.011,05 |
| 600 | \$15.000.000,00 | \$12.808.836,90 | \$2.191.163,10 |

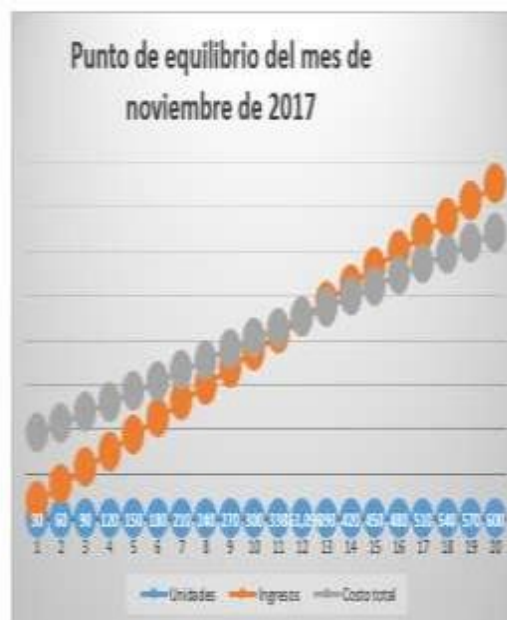
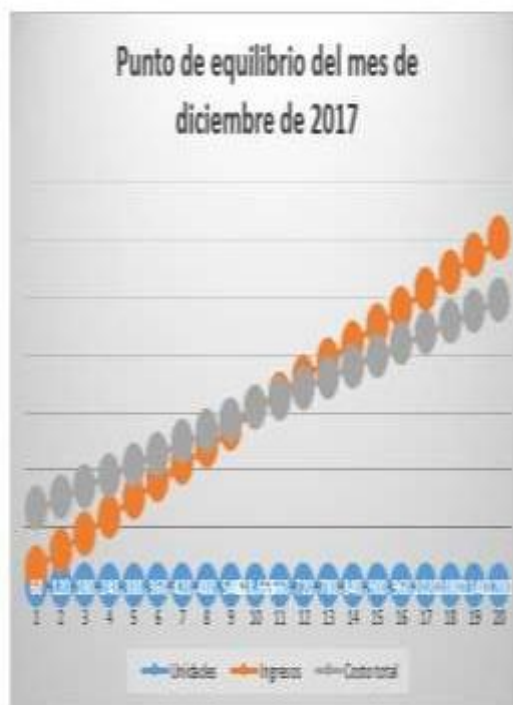


Tabla 24. Punto de equilibrio del mes de diciembre de 2017

| Unidades | Ingresos | Costo total | Diferencia |
|----------------|------------------------|------------------------|-----------------|
| 60 | \$1.500.000,00 | \$6.623.924,74 | -\$5.123.924,74 |
| 120 | \$3.000.000,00 | \$7.573.620,64 | -\$4.573.620,64 |
| 180 | \$4.500.000,00 | \$8.523.316,53 | -\$4.023.316,53 |
| 240 | \$6.000.000,00 | \$9.473.012,43 | -\$3.473.012,43 |
| 300 | \$7.500.000,00 | \$10.422.708,33 | -\$2.922.708,33 |
| 360 | \$9.000.000,00 | \$11.372.404,23 | -\$2.372.404,23 |
| 420 | \$10.500.000,00 | \$12.322.100,13 | -\$1.822.100,13 |
| 480 | \$12.000.000,00 | \$13.271.796,03 | -\$1.271.796,03 |
| 540 | \$13.500.000,00 | \$14.221.491,92 | -\$721.491,92 |
| 618,665 | \$15.466.617,88 | \$15.466.617,88 | \$0,00 |
| 660 | \$16.500.000,00 | \$16.120.883,72 | \$379.116,28 |
| 720 | \$18.000.000,00 | \$17.070.579,62 | \$929.420,38 |
| 780 | \$19.500.000,00 | \$18.020.275,52 | \$1.479.724,48 |
| 840 | \$21.000.000,00 | \$18.969.971,41 | \$2.030.028,59 |
| 900 | \$22.500.000,00 | \$19.919.667,31 | \$2.580.332,69 |
| 960 | \$24.000.000,00 | \$20.869.363,21 | \$3.130.636,79 |
| 1020 | \$25.500.000,00 | \$21.819.059,11 | \$3.680.940,89 |
| 1080 | \$27.000.000,00 | \$22.768.755,01 | \$4.231.244,99 |
| 1140 | \$28.500.000,00 | \$23.718.450,90 | \$4.781.549,10 |
| 1200 | \$30.000.000,00 | \$24.668.146,80 | \$5.331.853,20 |



(Morales & Tavera, 2016)

De acuerdo a lo arrojado por el punto de equilibrio anual realizado a la empresa D'Origins, se deduce que este es proporcional a las unidades de ventas, también se llegó a conocer el punto de equilibrio anual para la empresa que corresponde a 2.258 unidades, con las cuales la empresa no generará ganancias pero tampoco pérdidas en su ejercicio.

Estimación de costos

Costos actuales de cada producto, suministrados por el propietario de la empresa.

Se le solicitó al propietario de la empresa los costos de cada producto y estados financieros con el fin de analizarlos y corroborar la situación financiera actual de la empresa, en el caso de los costos el gerente propietario hizo salvedad en que cada corte de cada diseño maneja un óptimo de tela el cual resulta del máximo aprovechamiento de la materia prima.

Chaqueta Zafiro

Tabla 25. Óptimo de tela para chaqueta Zafiro

| Óptimo de Tela | Metraje del trazo | Piezas por trazo | Metraje por unidad |
|----------------------------|-------------------|------------------|--------------------|
| tela fleece ovejero | 4,16 | 4 | 1,04 |
| tela cerro sport | 4,28 | 3 | 1,43 |
| yumbolo | 4,40 | 24 | 0,18 |
| tela quirúrgica | 4,36 | 48 | 0,09 |
| malla | 4,00 | 50 | 0,08 |
| tela cerro sport combinado | 4,20 | 26 | 0,16 |
| tela tafeta | 4,5 | 120 | 0,04 |

Tabla 26. Costeo actual chaqueta zafiro

| Concepto | cantidad a producir | | precio del insumo y/o materia prima | costo por unidad |
|--|---------------------|-----------|-------------------------------------|------------------|
| | 1 | chaquetas | | |
| | cantidad unidad | metro | | |
| <i>materia prima</i> | | | | |
| tela fleece ovejero | | 1,04 | \$4.100 | \$4.264 |
| tela cerro sport | | 1,43 | \$2.500 | \$3.567 |
| tela cerro sport combinado | | 0,16 | \$2.600 | \$420 |
| yumbolo | | 0,18 | \$140 | \$26 |
| cremallera continua | | 0,32 | \$170 | \$54 |
| tela quirúrgica | | 0,09 | \$850 | \$77 |
| malla | | 0,08 | \$7.500 | \$600 |
| tela tafeta | | 0,04 | \$1.300 | \$49 |
| sliders | 2 | | \$40 | \$80 |
| escudo | 1 | | \$250 | \$250 |
| cremallera de centro | 1 | | \$280 | \$280 |
| cinta falla | 1 | | \$100 | \$100 |
| marquillas | 1 | | \$30 | \$30 |
| resorte | 1 | | \$1.000 | \$1.000 |
| confección | 1 | | \$5.000 | \$5.000 |
| <i>total</i> | | | | \$15.797 |
| <i>costo unitario de materia prima por chaqueta</i> | | | | \$15.797 |

Chaqueta Quality

Tabla 27. Óptimo de tela chaqueta Quality

| Óptimo de tela | Metraje del trazo | Piezas por trazo | Metraje por unidad |
|----------------------------|-------------------|------------------|--------------------|
| tela fleece ovejero | 4,16 | 4 | 1,04 |
| tela cerro sport | 4,12 | 3 | 1,37 |
| yumbolo | 4,20 | 24 | 0,18 |
| quirurgico | 4,24 | 48 | 0,09 |
| tela cerro sport gris | 4,20 | 35 | 0,12 |
| tela cerro sport combinado | 4,42 | 19 | 0,23 |
| tela tafeta | 4,50 | 120 | 0,04 |

Tabla 28. Costeo actual chaqueta Quality

| Concepto | cantidad a producir | | precio del insumo y/o materia prima | costo por unidad |
|--|---------------------|-------|-------------------------------------|------------------|
| | unidad | metro | | |
| <i>materia prima</i> | | | | |
| tela fleece ovejero | | 1,04 | \$4.100 | \$4.264 |
| tela cerro sport | | 1,37 | \$2.500 | \$3.433 |
| yumbolo | | 0,18 | \$140 | \$25 |
| cremallera continua | | 0,32 | \$170 | \$54 |
| quirúrgico | | 0,09 | \$850 | \$75 |
| tela cerro sport combinado | | 0,23 | \$2.600 | \$605 |
| tela cerro sport gris | | 0,12 | \$2.500 | \$300 |
| tela tafeta | | 0,04 | \$1.300 | \$49 |
| cinta rayada | | 1,15 | \$50 | \$58 |
| sliders | 2 | | \$40 | \$80 |
| escudo | 1 | | \$250 | \$250 |
| cremallera de centro | 1 | | \$280 | \$280 |
| estampado | 1 | | \$200 | \$200 |
| marquillas | 1 | | \$30 | \$30 |
| confección | 1 | | \$5.000 | \$5.000 |
| resorte | 1 | | \$1.000 | \$1.000 |
| <i>total</i> | | | | \$15.702 |
| <i>costo unitario de materia prima por chaqueta</i> | | | | \$15.702 |

Chaqueta Origins

Tabla 29. Óptimo de tela chaqueta Origins

| Optimo de tela | Metraje del trazo | Piezas por trazo | Metraje por unidad |
|-------------------------|-------------------|------------------|--------------------|
| tela fleece ovejero | 4,16 | 4 | 1,04 |
| tela cerro sport | 4,02 | 3 | 1,34 |
| yumbolo | 4,40 | 36 | 0,12 |
| quirurgico | 4,24 | 48 | 0,09 |
| tela cerro sport gris | 4,20 | 24 | 0,18 |
| tela cerro sport blanca | 4,42 | 19 | 0,23 |
| tela tafeta | 4,5 | 120 | 0,04 |

Tabla 30. Costeo actual de chaqueta Origins

| CONCEPTO | cantidad a producir | | 1 chaquetas | |
|--|---------------------|-------|-------------------------------------|------------------|
| | unidad | metro | precio del insumo y/o materia prima | costo por unidad |
| <i>materia prima</i> | | | | |
| tela fleece ovejero | | 1,04 | \$4.100 | \$4.264 |
| tela cerro sport | | 1,34 | \$2.500 | \$3.350 |
| yumbolo | | 0,12 | \$140 | \$17 |
| cremallera continua | | 0,32 | \$170 | \$54 |
| quirúrgico | | 0,09 | \$850 | \$75 |
| tela cerro sport blanca | | 0,23 | \$2.600 | \$605 |
| tela cerro sport gris | | 0,18 | \$2.500 | \$438 |
| tela tafeta | | 0,04 | \$1.300 | \$49 |
| sliders | 2 | | \$40 | \$80 |
| escudo | 1 | | \$250 | \$250 |
| cremallera de centro | 1 | | \$280 | \$280 |
| cinta falla | 2 | | \$100 | \$200 |
| marquillas | 1 | | \$30 | \$30 |
| confección | 1 | | \$5.000 | \$5.000 |
| resorte | 1 | | \$1.000 | \$1.000 |
| <i>total</i> | | | | \$15.692 |
| <i>costo unitario de materia prima por chaqueta</i> | | | | \$15.692 |

Chaqueta Combinada

Tabla 31. Óptimo de tela chaqueta Combinada

| Óptimo de tela | Metraje del trazo | Piezas por trazo | Metraje por unidad |
|----------------------------|-------------------|------------------|--------------------|
| tela fleece ovejero | 4,16 | 4 | 1,04 |
| tela cerro sport | 4,42 | 4 | 1,11 |
| yumbolo | 4,34 | 20 | 0,22 |
| tela quirurgica | 4,28 | 33 | 0,13 |
| tela cerro sport combinado | 4,23 | 20 | 0,21 |
| tela tafeta | 4,5 | 120 | 0,04 |

Tabla 32. Costeo actual chaqueta Combinada

| Concepto | cantidad a producir | | 1 chaqueta | |
|--|---------------------|-------|-------------------------------------|------------------|
| | unidad | metro | precio del insumo y/o materia prima | costo por unidad |
| <i>materia prima</i> | | | | |
| tela fleece ovejero | | 1,04 | \$4.100 | \$4.264 |
| tela cerro sport | | 1,11 | \$2.500 | \$2.763 |
| tela cerro sport combinado | | 0,21 | \$2.600 | \$550 |
| yumbolo | | 0,22 | \$140 | \$30 |
| cremallera continua | | 0,32 | \$170 | \$54 |
| tela quirúrgica | | 0,13 | \$850 | \$110 |
| tela tafeta | | 0,04 | \$1.300 | \$49 |
| cinta falla | | 0,60 | \$100 | \$60 |
| estampado | 1 | | \$200 | \$200 |
| sliders | 2 | | \$40 | \$80 |
| cinta | 1 | | \$100 | \$100 |
| cremallera de centro | 1 | | \$280 | \$280 |
| marquillas | 1 | | \$30 | \$30 |
| resorte | 1 | | \$1.000 | \$1.000 |
| confección | 1 | | \$5.000 | \$5.000 |
| <i>total</i> | | | | \$14.570 |
| <i>costo unitario de materia prima por chaqueta</i> | | | | \$14.570 |

Chaqueta Evolution

Tabla 33. Óptimo de tela chaqueta Evolution

| Óptimo de tela | Metraje del trazo | Piezas por trazo | Metraje por unidad |
|----------------------------|-------------------|------------------|--------------------|
| tela fleece ovejero | 4,16 | 4 | 1,04 |
| tela cerro sport | 4,03 | 6 | 0,67 |
| Tela cerro sport combinado | 4,66 | 9 | 0,52 |
| yumbolo | 4,29 | 18 | 0,24 |
| tela quirurgica | 4,30 | 32 | 0,13 |
| tela tafeta | 4,5 | 120 | 0,04 |

Tabla 34. Costeo actual Chaqueta Evolution

| cantidad a producir | 1 | chaqueta | |
|--|--------------------|--|---------------------|
| Concepto | cantidad unidad | precio del insumo y/o materia prima | costo por unidad |
| <i>materia prima</i> | | | |
| tela fleece ovejero | 1,04 | \$4.100 | \$4.264 |
| tela cerro sport | 0,67 | \$2.500 | \$1.679 |
| Tela cerro sport combinado | 0,52 | \$2.600 | \$1.346 |
| yumbolo | 0,24 | \$140 | \$33 |
| cremallera continua | 0,64 | \$170 | \$109 |
| tela quirúrgica | 0,13 | \$850 | \$114 |
| tela tafeta | 0,04 | \$1.300 | \$49 |
| sliders | 2 | \$40 | \$80 |
| plaqueta | 1 | \$300 | \$300 |
| cremallera de centro | 1 | \$280 | \$280 |
| cinta falla | 1 | \$100 | \$100 |
| marquillas | 1 | \$30 | \$30 |
| broches | 8 | \$50 | \$400 |
| resorte | 1 | \$1.000 | \$1.000 |
| confección | 1 | \$5.000 | \$5.000 |
| <i>total</i> | | | \$14.785 |
| <i>costo unitario de materia prima por chaqueta</i> | | | \$14.785 |

Chaqueta Malla Combinada

Tabla 35. Óptimo de tela chaqueta Malla Combinada

| Óptimo de tela | Metraje del trazo | Piezas por trazo | Metraje por unidad |
|----------------------------|-------------------|------------------|--------------------|
| tela fleece ovejero | 4,16 | 4 | 1,04 |
| tela cerro sport | 4,48 | 3 | 1,49 |
| yumbolo | 4,17 | 48 | 0,09 |
| tela quirurgica | 4,39 | 70 | 0,06 |
| malla | 4,16 | 56 | 0,07 |
| tela cerro sport combinado | 4,20 | 35 | 0,12 |
| tela tafeta | 4,5 | 120 | 0,04 |

Tabla 36. Costeo actual de chaqueta Malla Combinada

| cantidad a producir | 1 | chaqueta | |
|--|--------------------|--|---------------------|
| Concepto | cantidad unidad | precio del insumo y/o materia prima | costo por unidad |
| <i>materia prima</i> | | | |
| tela fleece ovejero | 1,04 | \$4.100 | \$4.264 |
| tela cerro sport | 1,49 | \$2.500 | \$3.733 |
| tela cerro sport combinado | 0,12 | \$2.600 | \$312 |
| yumbolo | 0,09 | \$140 | \$12 |
| cremallera continua | 0,32 | \$170 | \$54 |
| tela quirúrgica | 0,06 | \$850 | \$53 |
| malla | 0,07 | \$7.500 | \$557 |
| tela tafeta | 0,04 | \$1.300 | \$49 |
| sliders | 2 | \$40 | \$80 |
| cremallera de centro | 1 | \$280 | \$280 |
| cinta falla | 3 | \$100 | \$300 |
| cinta falla taches | 1 | \$200 | \$200 |
| marquillas | 1 | \$30 | \$30 |
| resorte | 1 | \$1.000 | \$1.000 |
| confección | 1 | \$5.000 | \$5.000 |
| <i>total</i> | | | \$15.925 |
| <i>costo unitario de materia prima por chaqueta</i> | | | \$15.925 |

Problemas identificados y soluciones

Problemas operacionales

Tabla 37. Problemas operacionales y posibles soluciones

| No | Problema identificado | Explicación | Consecuencia |
|----|---|--|---|
| 1 | No existen controles de producto en proceso ni de producto terminado. | El corte que se entrega a los satélites no es cuantificado al momento de recibir el producto terminado en su totalidad o por entregas parciales. | Pérdida de la mercancía. |
| 2 | No hay optimización en el uso de las materias primas. | La marcación de las piezas se realiza con base a criterios propios de forma empírica. | No aprovechamiento al máximo de materia prima. |
| 3 | No se realizan mantenimientos preventivos a las maquinas. | En la actualidad sólo se envía la maquina al centro técnico cuando se daña. | Posible averío parcial o total de la maquina. |
| 4 | No se confronta el inventario con el dinero de venta. | No se esta llevando un control que confronte el dinero obtenido por las ventas versus producto terminado vendido. | posible diferencia entre el inventario final y el dinero que se ve reflejado en perdidas. |
| 5 | Costos y gastos mal liquidados. | Al momento de liquidar los costos no se están teniendo en cuenta todos los factores que inciden en la fabricación del producto, por lo cual el margen de ganancia no es real. | El hecho de no conocer la utilidad real del producto y por ende de la empresa puede estar ocasionando una perdida para ella y las decisiones tomadas no se estarán haciendo de manera correcta ya que las cifras no son las reales. |
| 6 | La cantidad de chaquetas en stock es poca. | El stock que actualmente maneja la empresa es solo de provisión para la "temporada alta" y al conocer su margen de venta del mes de diciembre solo cuenta con ello en su stock y no para prever otra eventualidad. | No poder cubrir pedidos extraordinarios. |
| 7 | Poca producción. | La producción es estática debido al proceso del mismo y a que su producto final depende de que solo tiene dos satélites. | No cubrir la demanda que se pronostico para el año en curso, el 2018 y el 2019. |

1. No hay optimización en el uso de las materias primas.

Es importante que el propietario y gerente del ente económico busque la manera de optimizar sus materias primas para de este modo minimizar el costo operacional; es por esto, que se le recomienda invertir en la compra del plotter de corte, el cual realiza trazos que disminuyen la medida en cuatro (4) centímetros de tela en promedio por chaqueta.

2. Reducción del costo de producción anual en pesos.

Indicadores de rentabilidad de la inversión.

Tabla 40. Datos de inversión

Inversión (Recursos propios)

| | |
|------------------|-------------|
| Plotter de corte | \$5.150.000 |
|------------------|-------------|

Egresos

| Concepto | Valor |
|---------------|-------------------|
| Mantenimiento | \$ 100.000 |
| Tinta | \$ 135.000 |
| Papel | \$ 32.223 |
| Total | \$ 267.223 |

| Años | Flujo de beneficio | Flujo de costo | Flujo beneficio |
|------|--------------------|----------------|-----------------|
| 0 | \$0,00 | \$5.150.000,00 | -\$5.150.000,00 |
| 1 | \$3.496.907,30 | \$267.223,00 | \$3.229.684,30 |
| 2 | \$4.238.321,56 | \$267.223,00 | \$3.971.098,56 |

Valor Presente Neto (VPN).*Ilustración 12. Valor Presente Neto de la inversión*

$$\begin{array}{r}
 \text{Calculo del VPN} \\
 \text{I: 9\%} \\
 -\$5.150.000 + \frac{\$3.229.684,30}{(1+0,09)^1} + \frac{\$3.971.098,56}{(1+0,09)^2} \\
 -\$5.150.000 + \frac{\$3.229.684,30}{1,090} + \frac{\$3.971.098,56}{1,188} \\
 -\$5.150.000 + \$2.963.013,120 + \$3.342.394,209 \\
 -\$5.150.000 + \$6.305.407,329 \\
 \\
 \$1.155.407
 \end{array}$$

La representación monetaria de la tasa mínima de aceptación de oportunidad del 9% es de \$1.155.407 anual.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Ilustración 13. Tasa interna de retorno de la inversión

Calculo de la TIR usando el método de interpolación lineal

| | | | | | | |
|----|-----|--------------|---|-------------------------------------|---|-------------------------------------|
| I: | 20% | -\$5.150.000 | + | $\frac{\$3.229.684,30}{(1+0,20)^1}$ | + | $\frac{\$3.971.098,56}{(1+0,20)^2}$ |
| | | -\$5.150.000 | + | $\frac{\$3.229.684,30}{1,200}$ | + | $\frac{\$3.971.098,56}{1,440}$ |
| | | -\$5.150.000 | + | \$2.691.403,584 | + | \$2.757.707,333 |
| | | -\$5.150.000 | + | \$5.449.110,917 | | |
| | | | | \$299.111 | | |
| I: | 29% | -\$5.150.000 | + | $\frac{\$3.229.684,30}{(1+0,29)^1}$ | + | $\frac{\$3.971.098,56}{(1+0,29)^2}$ |
| | | -\$5.150.000 | + | $\frac{\$3.229.684,30}{1,290}$ | + | $\frac{\$3.971.098,56}{1,664}$ |
| | | -\$5.150.000 | + | \$2.503.631,241 | + | \$2.386.334,090 |
| | | -\$5.150.000 | + | \$4.889.965,331 | | |
| | | | | -\$260.035 | | |

Interpolación lineal

$$\frac{0,20 - 0,29}{\$299.111 - -\$260.035} = \frac{0,2 - \text{TIR}}{\$299.111 - 0}$$

$$\frac{-0,09 \times \$299.111}{\$299.111 + \$260.035} = 0,20 - \text{TIR}$$

$$\frac{-\$26.920}{\$559.146} = 0,20 - \text{TIR}$$

$$\text{TIR} = \frac{\$26.920}{\$559.146} + 0,20$$

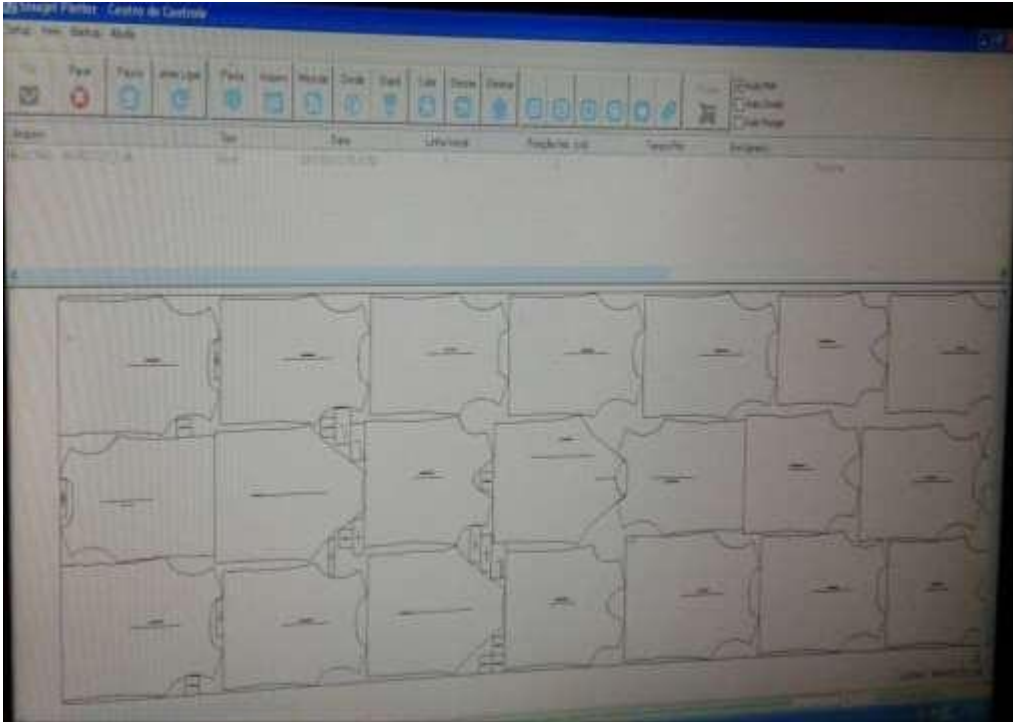
$$\text{TIR} = 0,048144854 + 0,20$$

$$\text{TIR} = 0,2481$$

El plotter de corte es una buena inversión porque produce una rentabilidad del 24,81% que es superior a la tasa mínima de aceptación que espera el inversor, la cual es del 9%.

Ejemplo de trazo realizado por la maquina plotter de corte.

Ilustración 14. Trazo hecho por maquina ploteadora



A continuación se presentan los posibles escenarios de disminución de costos con el uso del plotter en el trazo de los diseños en las telas, que para este caso son las variables que se usarán para conocer en dinero la disminución de los costos en el proceso de producción.

Análisis de escenarios

Tabla 41. Análisis de escenarios chaqueta zafiro

| <i>Resumen del escenario metraje de la tela fleece ovejero</i> | Valores actuales: | Pesimista | Óptimo | Optimista |
|--|-------------------|-----------|-----------|-----------|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Metraje de tela fleece ovejero | 1,04 | 1,02 | 1,00 | 0,98 |
| Celdas de resultado: | \$ 16.860 | \$ 16.778 | \$ 16.696 | \$ 16.614 |

| <i>Resumen del escenario metraje de la tela cerro sport combinado</i> | Valores actuales: | Pesimista | Óptimo | Optimista |
|---|-------------------|-----------|-----------|-----------|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Metraje de la tela cerro sport combinado | 0,16 | 0,14 | 0,12 | 0,10 |
| Celdas de resultado: | \$ 16.860 | \$ 16.804 | \$ 16.752 | \$ 16.700 |

| <i>Resumen del escenario metraje de la tela quirúrgica</i> | Valores actuales: | Pesimista | Óptimo | Optimista |
|--|-------------------|-----------|-----------|-----------|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Metraje de la tela quirúrgica | 0,32 | 0,30 | 0,28 | 0,26 |
| Celdas de resultado: | \$ 16.860 | \$ 16.857 | \$ 16.853 | \$ 16.850 |

| <i>Resumen del escenario metraje de tela cerro sport</i> | Valores actuales: | Pesimista | Óptimo | Optimista |
|--|-------------------|-----------|-----------|-----------|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Metraje de tela cerro sport | 1,43 | 1,41 | 1,39 | 1,37 |
| Celdas de resultado: | \$ 16.860 | \$ 16.818 | \$ 16.768 | \$ 16.718 |

| <i>Resumen del escenario metraje de la tela yumbolo</i> | Valores actuales: | Pesimista | Óptimo | Optimista |
|---|-------------------|-----------|-----------|-----------|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Metraje de la tela yumbolo | 0,18 | 0,16 | 0,14 | 0,12 |
| Celdas de resultado: | \$ 16.851 | \$ 16.857 | \$ 16.854 | \$ 16.851 |

Chaqueta Quality

Tabla 42. Análisis de escenarios chaqueta Quality

| <i>Resumen del escenario metraje de la tela fleece ovejero</i> | Valores actuales: | Pesimista | Óptimo | Optimista |
|--|-------------------|-----------|-----------|-----------|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Metraje de tela fleece ovejero | 1,04 | 1,02 | 1,00 | 0,98 |
| Celdas de resultado: | \$ 15.624 | \$ 15.542 | \$ 15.460 | \$ 15.378 |

| <i>Resumen del escenario metraje de tela cerro sport</i> | Valores actuales: | Pesimista | Óptimo | Optimista |
|--|-------------------|-----------|-----------|-----------|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Metraje de tela cerro sport | 1,11 | 1,09 | 1,07 | 1,05 |
| Celdas de resultado: | \$ 15.624 | \$ 15.586 | \$ 15.536 | \$ 15.486 |

| <i>Resumen del escenario metraje de la tela cerro sport combinado</i> | Valores actuales: | Pesimista | Óptimo | Optimista |
|---|-------------------|-----------|-----------|-----------|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Metraje de la tela cerro sport combinado | 0,21 | 0,19 | 0,17 | 0,15 |
| Celdas de resultado: | \$ 15.624 | \$ 15.568 | \$ 15.516 | \$ 15.464 |

| <i>Resumen del escenario metraje de la tela quirúrgica</i> | Valores actuales: | Pesimista | Óptimo | Optimista |
|--|-------------------|-----------|-----------|-----------|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Metraje de la tela quirúrgica | 0,13 | 0,11 | 0,09 | 0,07 |
| Celdas de resultado: | \$ 15.624 | \$ 15.607 | \$ 15.590 | \$ 15.573 |

| <i>Resumen del escenario metraje del material yumbolo</i> | Valores actuales: | Pesimista | Óptimo | Optimista |
|---|-------------------|-----------|-----------|-----------|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Metraje de la tela yumbolo | 0,22 | 0,20 | 0,18 | 0,16 |
| Celdas de resultado: | \$ 15.624 | \$ 15.622 | \$ 15.619 | \$ 15.616 |

Chaqueta Origins.

Tabla 43. Análisis de escenarios chaqueta Origins

| Resumen del escenario metraje de la tela fleece ovejero | Valores actuales: | Pesimista | Óptimo | Optimista |
|--|-------------------|-----------|-----------|-----------|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Metraje de tela fleece ovejero | 1,04 | 1,02 | 1,00 | 0,98 |
| Celdas de resultado: | \$ 16.743 | \$ 16.661 | \$ 16.579 | \$ 16.497 |

| Resumen del escenario metraje de la tela cerro sport | Valores actuales: | Pesimista | Óptimo | Optimista |
|---|-------------------|-----------|-----------|-----------|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Metraje de tela cerro sport | 1,34 | 1,32 | 1,30 | 1,28 |
| Celdas de resultado: | \$ 16.743 | \$ 16.693 | \$ 16.643 | \$ 16.593 |

| Resumen del escenario metraje de la tela cerro sport gris | Valores actuales: | Pesimista | Óptimo | Optimista |
|--|-------------------|-----------|-----------|-----------|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Metraje de la tela cerro sport gris | 0,18 | 0,16 | 0,14 | 0,12 |
| Celdas de resultado: | \$ 16.743 | \$ 16.704 | \$ 16.652 | \$ 16.600 |

| Resumen del escenario metraje de la tela cerro sport blanca | Valores actuales: | Pesimista | Óptimo | Optimista |
|--|-------------------|-----------|-----------|-----------|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Metraje de la tela cerro sport blanca | 0,23 | 0,21 | 0,19 | 0,17 |
| Celdas de resultado: | \$ 16.743 | \$ 16.687 | \$ 16.637 | \$ 16.587 |

| Resumen del escenario metraje de la tela quirúrgica | Valores actuales: | Pesimista | Óptimo | Optimista |
|--|-------------------|-----------|-----------|-----------|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Metraje de la tela quirúrgica | 0,09 | 0,07 | 0,05 | 0,03 |
| Celdas de resultado: | \$ 16.743 | \$ 16.728 | \$ 16.711 | \$ 16.694 |

| Resumen del escenario metraje del material yumbolo | Valores actuales: | Pesimista | Óptimo | Optimista |
|---|-------------------|-----------|-----------|-----------|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Metraje de la tela yumbolo | 0,12 | 0,10 | 0,08 | 0,06 |
| Celdas de resultado: | \$ 16.743 | \$ 16.740 | \$ 16.737 | \$ 16.735 |

Chaqueta combinada.*Tabla 44. Análisis de escenarios chaqueta Combinada*

| Resumen del escenario metraje de la tela fleece ovejero | Valores actuales: | Pesimista | Óptimo | Optimista |
|--|-------------------|-----------|----------|-----------|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Metraje de tela fleece ovejero | 1,04 | 1,02 | 1,00 | 0,98 |
| Celdas de resultado: | \$15.624 | \$15.542 | \$15.460 | \$15.378 |

| Resumen del escenario metraje de tela cerro sport | Valores actuales: | Pesimista | Óptimo | Optimista |
|--|-------------------|-----------|----------|-----------|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Metraje de tela cerro sport | 1,11 | 1,09 | 1,07 | 1,05 |
| Celdas de resultado: | \$15.624 | \$15.586 | \$15.536 | \$15.486 |

| Resumen del escenario metraje de la tela cerro sport combinado | Valores actuales: | Pesimista | Óptimo | Optimista |
|---|-------------------|-----------|----------|-----------|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Metraje de la tela cerro sport combinado | 0,21 | 0,19 | 0,17 | 0,15 |
| Celdas de resultado: | \$15.624 | \$15.568 | \$15.516 | \$15.464 |

| Resumen del escenario metraje de la tela quirúrgica | Valores actuales: | Pesimista | Óptimo | Optimista |
|--|-------------------|-----------|----------|-----------|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Metraje de la tela quirúrgica | 0,13 | 0,11 | 0,09 | 0,07 |
| Celdas de resultado: | \$15.624 | \$15.607 | \$15.590 | \$15.573 |

| Resumen del escenario metraje del material yumbolo | Valores actuales: | Pesimista | Óptimo | Optimista |
|---|-------------------|-----------|----------|-----------|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Metraje de la tela yumbolo | 0,22 | 0,20 | 0,18 | 0,16 |
| Celdas de resultado: | \$15.624 | \$15.622 | \$15.619 | \$15.616 |

Chaqueta Evolution.*Tabla 45. Análisis de escenarios chaqueta Evolution*

| Resumen del escenario metraje de la tela fleece ovejero | Valores actuales: | Pesimista | Óptimo | Optimista |
|--|-------------------|-----------|----------|-----------|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Metraje de tela fleece ovejero | 1,04 | 1,02 | 1,00 | 0,98 |
| Celdas de resultado: | \$16.069 | \$15.987 | \$15.905 | \$15.823 |

| Resumen del escenario metraje de tela cerro sport | Valores actuales: | Pesimista | Óptimo | Optimista |
|--|-------------------|-----------|----------|-----------|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Metraje de tela cerro sport | 0,78 | 0,76 | 0,74 | 0,72 |
| Celdas de resultado: | \$16.069 | \$16.010 | \$15.960 | \$15.910 |

| Resumen del escenario metraje de la tela cerro sport combinado | Valores actuales: | Pesimista | Óptimo | Optimista |
|---|-------------------|-----------|----------|-----------|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Metraje de la tela cerro sport combinado | 0,52 | 0,50 | 0,48 | 0,46 |
| Celdas de resultado: | \$16.069 | \$16.022 | \$15.970 | \$15.918 |

| Resumen del escenario metraje de la tela quirúrgica | Valores actuales: | Pesimista | Óptimo | Optimista |
|--|-------------------|-----------|----------|-----------|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Metraje de la tela quirúrgica | 0,13 | 0,11 | 0,09 | 0,07 |
| Celdas de resultado: | \$16.117 | \$16.097 | \$16.080 | \$16.063 |

| Resumen del escenario metraje del material yumbolo | Valores actuales: | Pesimista | Óptimo | Optimista |
|---|-------------------|-----------|----------|-----------|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Metraje de la tela yumbolo | 0,24 | 0,22 | 0,20 | 0,18 |
| Celdas de resultado: | \$16.117 | \$16.115 | \$16.112 | \$16.109 |

Chaqueta Malla Combinada.*Tabla 46. Análisis de escenarios chaqueta Malla Combinada*

| <i>Resumen del escenario metraje de la tela fleece ovejero</i> | Valores actuales: | Pesimista | Óptimo | Optimista |
|--|-------------------|-----------|----------|-----------|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Metraje de tela fleece ovejero | 1,04 | 1,02 | 1,00 | 0,98 |
| Celdas de resultado: | \$16.899 | \$16.817 | \$16.735 | \$16.653 |

| <i>Resumen del escenario metraje de tela cerro sport</i> | Valores actuales: | Pesimista | Óptimo | Optimista |
|--|-------------------|-----------|----------|-----------|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Metraje de tela cerro sport | 1,49 | 1,47 | 1,45 | 1,43 |
| Celdas de resultado: | \$16.899 | \$16.840 | \$16.790 | \$16.740 |

| <i>Resumen del escenario metraje de la tela cerro sport combinado</i> | Valores actuales: | Pesimista | Óptimo | Optimista |
|---|-------------------|-----------|----------|-----------|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Metraje de la tela cerro sport combinado | 0,09 | 0,07 | 0,05 | 0,03 |
| Celdas de resultado: | \$16.899 | \$16.853 | \$16.801 | \$16.749 |

| <i>Resumen del escenario metraje de la tela quirúrgica</i> | Valores actuales: | Pesimista | Óptimo | Optimista |
|--|-------------------|-----------|----------|-----------|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Metraje de la tela quirúrgica | 0,06 | 0,05 | 0,04 | 0,03 |
| Celdas de resultado: | \$16.899 | \$16.888 | \$16.880 | \$16.871 |

| <i>Resumen del escenario metraje del material yumbolo</i> | Valores actuales: | Pesimista | Óptimo | Optimista |
|---|-------------------|-----------|----------|-----------|
| Celdas cambiantes: | | | | |
| Metraje de la tela yumbolo | 0,12 | 0,10 | 0,08 | 0,06 |
| Celdas de resultado: | \$16.899 | \$16.896 | \$16.893 | \$16.891 |

Tabla 47. Reducción de costos

| Diseño | Ahorro* | Producción anual | Ahorro anual |
|-----------------|---------|------------------|--------------|
| Zafiro | \$ 404 | 717 | \$ 290.039 |
| Quality | \$ 398 | 1898 | \$ 756.242 |
| Origins | \$ 500 | 1293 | \$ 646.844 |
| Combinada | \$ 398 | 2113 | \$ 841.655 |
| Evolution | \$ 414 | 271 | \$ 111.960 |
| Malla combinada | \$ 395 | 827 | \$ 326.442 |
| Total | | | \$ 2.973.183 |

*el ahorro resulta de la diferencia entre el costo actual de cada diseño y el costo de la chaqueta después de implementar el trazo hecho por la maquina ploteadora en el escenario Optimo.

3. No se realizan mantenimientos preventivos a las maquinas:

El mantenimiento preventivo es de vital importancia para preservar la vida útil de la maquinaria y evitar de este modo tener que realizar la compra de las mismas de nuevo antes de lo esperado.

El monto base para el mantenimiento de las tres máquinas que actualmente se tienen en la empresa es de \$140.000, este monto solo cubre la revisión de las mismas, de necesitarse repuestos sería un costo adicional.

4. No se confronta el inventario con el dinero de venta:

En el punto de venta no se realiza arqueo de la caja y el inventario final, lo cual puede

estar ocasionando pérdida de dinero o de mercancía.

Para esta empresa este arqueo se puede realizar con el inventario de producto en punto de venta y el dinero entregado por el vendedor, a continuación se presenta un ejemplo de cómo se podría realizar:

Tabla 48. Arqueo de Inventario

| Combinado | Diseños | | | | | | | | |
|----------------|---------|---------|----|---------|-----------|----|-----------|-----------------|----|
| | Zafiro | Quality | | Origins | Combinada | | Evolution | Malla combinada | |
| Talla | Única | Única | XL | Única | Única | XL | Única | Única | XL |
| Azul agua | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Azul rey | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Azul petróleo | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Rojo | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Gris oscuro | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Gris perla | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Verde jade | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Verde pistacho | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

| | Cantidad | Dinero | Gastos | |
|--------------------|----------|--------------|-----------------------|-----------|
| Inventario inicial | 150 | \$ 3.750.000 | Concepto | Monto |
| Inventario final | 135 | \$ 3.375.000 | Cargador de mercancía | \$ 4.000 |
| total ventas | 15 | \$ 375.000 | parqueadero | \$ 18.000 |
| Gastos totales | | \$ 22.000 | | |
| Caja | | \$ 353.000 | Total | \$ 22.000 |

5. Costos y gastos mal liquidados:

Después de analizar los costos suministrados por el propietario y gerente de la empresa se pudo evidenciar que no se están calculando correctamente, ya que hay algunos costos que están siendo omitidos, como lo son: el pago del cortador y los costos indirectos de fabricación CIF, tampoco se están teniendo en cuenta los gastos generales de la organización.

Es por esto que se realizó el costeo de forma adecuada teniendo como base los óptimos de tela suministrados por el propietario, con el fin de conocer la utilidad real del producto, así como sus gastos.

Costeo chaqueta Zafiro

Tabla 49. Costeo real chaqueta zafiro

| Cantidad a producir | | 1 Chaqueta | | |
|----------------------------|--------|-------------------|--|------------------|
| Concepto | Unidad | Cantidad Metro | Precio del insumo y/o materia prima | Costo por unidad |
| Materia prima | | | | |
| Tela fleece ovejero | | 1,04 | \$4.100 | \$4.264 |
| Tela cerro sport | | 1,43 | \$2.500 | \$3.567 |
| Tela cerro sport combinado | | 0,16 | \$2.600 | \$420 |
| Yumbolo | | 0,18 | \$140 | \$26 |
| Cremallera continua | | 0,32 | \$170 | \$54 |
| Tela quirúrgica | | 0,09 | \$850 | \$77 |
| Malla | | 0,08 | \$7.500 | \$600 |
| Tela tafeta | | 0,04 | \$1.300 | \$49 |
| Sliders | 2 | | \$40 | \$80 |
| Escudo | 1 | | \$250 | \$250 |
| Cremallera de centro | 1 | | \$280 | \$280 |
| Cinta falla | 1 | | \$100 | \$100 |
| Marquillas | 1 | | \$30 | \$30 |
| Resorte | 1 | | \$1.000 | \$1.000 |

Costo unitario de materia prima por chaqueta

\$10.797

Mano de obra directa

| Cargo | Valor pagado por prenda |
|----------|-------------------------|
| Cortador | \$300 |
| Satélite | \$5.000 |

Costo unitario de mano de obra directa por chaqueta

\$5.300

Costos indirectos de fabricación

| Concepto | Periodicidad de pago o compra en meses | Valor | Valor diario | Valor días trabajados | Valor unitario por prenda |
|--|---|-----------|--------------|--------------------------|------------------------------|
| Costos indirectos variables | | | | | |
| Mantenimiento de maquinaria | 12 | \$140.000 | \$384 | \$1.534 | \$3 |
| Servicio publico de luz | 12 | \$452.000 | \$9.417 | \$37.667 | \$65 |
| Total costos indirectos variables | | | | | \$68 |
| Costos indirectos fijos | | | | | |
| Impuesto predial | 12 | \$175.100 | \$480 | \$1.919 | \$3 |
| Depreciación maquinaria | 12 | \$251.100 | \$688 | \$2.752 | \$5 |
| Materia prima indirecta | | | | | |
| Tinta plastisol | 12 | \$60.000 | \$1.250 | \$5.000 | \$9 |
| Total costos indirectos fijos | | | | | \$17 |
| Total costos indirectos de fabricación | | | | | \$ 84 |
| Total costo unitario producto terminado | | | | | \$ 16.181 |

Costeo chaqueta Quality

Tabla 50. Costeo real chaqueta Quality

| cantidad a producir | | 1 | chaquetas | |
|----------------------------|----------|-------|-------------------|------------------|
| CONCEPTO | cantidad | | precio del insumo | |
| | unidad | metro | v/o materia prima | costo por unidad |
| materia prima | | | | |
| tela fleece ovejero | | 1,04 | \$4.100 | \$4.264 |
| tela cerro sport | | 1,37 | \$2.500 | \$3.433 |
| yumbolo | | 0,18 | \$140 | \$25 |
| cremallera continua | | 0,32 | \$170 | \$54 |
| quirurgico | | 0,09 | \$850 | \$75 |
| Tela cerro sport gris | | 0,12 | \$2.500 | \$300 |
| Tela cerro sport combinado | | 0,23 | \$2.600 | \$605 |
| tela tafeta | | 0,04 | \$1.300 | \$49 |
| cinta rayada | | 1,15 | \$50 | \$58 |
| slaiders | 2 | | \$40 | \$80 |
| escudo | 1 | | \$250 | \$250 |
| cremallera de centro | 1 | | \$280 | \$280 |
| estampado | 1 | | \$200 | \$200 |
| marquillas | 1 | | \$30 | \$30 |
| resorte | 1 | | \$1.000 | \$1.000 |
| total | | | | \$10.702 |

Mano de obra directa

| Cargo | valor pagado por prenda |
|----------|-------------------------|
| Cortador | \$300 |
| Satélite | \$5.000 |

costo unitario de mano de obra directa por chaqueta \$5.300

Costos indirectos de fabricación

| Concepto | Periodicidad de pago o compra en meses | Valor | Valor diario | Valor días trabajados | Valor unitario por prenda |
|--|--|-----------|--------------|-----------------------|---------------------------|
| costos indirectos variables | | | | | |
| Mantenimiento de maquinaria | 12 | \$140.000 | \$384 | \$1.534 | \$3 |
| Servicio publico de luz | 12 | \$452.000 | \$9.417 | \$37.667 | \$65 |
| Total costos indirectos variables | | | | | \$68 |
| Costos indirectos fijos | | | | | |
| Impuesto predial | 12 | \$175.100 | \$480 | \$1.919 | \$3 |
| Depreciación maquinaria | 12 | \$251.100 | \$688 | \$2.752 | \$5 |
| Materia prima indirecta | | | | | |
| Tinta plastisol | 12 | \$60.000 | \$1.250 | \$5.000 | \$9 |
| Total costos indirectos fijos | | | | | \$17 |
| Total costos indirectos de fabricación | | | | | \$ 84 |
| Total costo unitario producto terminado | | | | | \$ 16.087 |

Costeo chaqueta Origins.

Tabla 51. Costeo real chaqueta Origins

| cantidad a producir | | 1 | chaquetas | |
|-------------------------|--------------------|-------|--|------------------|
| CONCEPTO | cantidad unidad | metro | precio del insumo y/o materia prima | costo por unidad |
| materia prima | | | | |
| tela fleece ovejero | | 1,04 | \$4.100 | \$4.264 |
| tela cerro sport | | 1,34 | \$2.500 | \$3.350 |
| yumbolo | | 0,12 | \$140 | \$17 |
| cremallera continua | | 0,32 | \$170 | \$54 |
| tela quirurgica | | 0,09 | \$850 | \$75 |
| tela cerro sport gris | | 0,18 | \$2.600 | \$455 |
| tela cerro sport blanca | | 0,23 | \$2.500 | \$582 |
| tela tafeta | | 0,04 | \$1.300 | \$49 |
| slaiders | 2 | | \$40 | \$80 |
| escudo | 1 | | \$250 | \$250 |
| cremallera de centro | 1 | | \$280 | \$280 |
| cinta falla | 2 | | \$100 | \$200 |
| marquillas | 1 | | \$30 | \$30 |
| resorte | 1 | | \$1.000 | \$1.000 |
| total | | | | \$10.686 |

Mano de obra directa

| Cargo | valor pagado por prenda |
|----------|-------------------------|
| Cortador | \$300 |
| Satelite | \$5.000 |

costo unitario de mano de obra directa por chaqueta \$5.300

Costos indirectos de fabricación

| Concepto | Periodicidad de pago o compra en meses | Valor | Valor diario | Valor días trabajados | Valor unitario por prenda |
|--|---|-----------|--------------|--------------------------|------------------------------|
| costos indirectos variables | | | | | |
| mantenimiento de maquinaria | 12 | \$140.000 | \$384 | \$1.534 | \$3 |
| servicio publico de luz | 12 | \$452.000 | \$9.417 | \$37.667 | \$65 |
| total costos indirectos variables | | | | | \$68 |
| costos indirectos fijos | | | | | |
| impuesto predial | 12 | \$175.100 | \$480 | \$1.919 | \$3 |
| Depreciación de maquinaria | 12 | \$251.100 | \$688 | \$2.752 | \$5 |
| Materia prima indirecta | | | | | |
| tinta plastisol | 12 | \$60.000 | \$1.250 | \$5.000 | \$9 |
| total costos indirectos fijos | | | | | \$17 |
| total costos indirectos de fabricación | | | | | \$ 84 |
| Total costo unitario producto terminado | | | | | \$ 16.070 |

Costeo chaqueta Combinada.

Tabla 52. Costeo real chaqueta Combinada

| CONCEPTO | cantidad a producir | | 1 chaquetas | |
|---|---------------------|----------------|-------------------------------------|------------------|
| | unidad | cantidad metro | precio del insumo y/o materia prima | costo por unidad |
| materia prima | | | | |
| tela fleece ovejero | | 1,04 | \$4.100 | \$4.264 |
| tela cerro sport | | 1,11 | \$2.500 | \$2.763 |
| tela cerro sport combinado | | 0,21 | \$2.600 | \$550 |
| yumbolo | | 0,22 | \$140 | \$30 |
| cremallera continua | | 0,32 | \$170 | \$54 |
| tela quirurgica | | 0,13 | \$850 | \$110 |
| tela tafeta | | 0,04 | \$1.300 | \$49 |
| cinta falla | | 0,60 | \$100 | \$60 |
| estampado | 1 | | \$200 | \$200 |
| slaiders | 2 | | \$40 | \$80 |
| cinta | 1 | | \$100 | \$100 |
| cremallera de centro | 1 | | \$280 | \$280 |
| marquillas | 1 | | \$30 | \$30 |
| resorte | 1 | | \$1.000 | \$1.000 |
| costo unitario de materia prima por chaqueta | | | | \$9.570 |

Mano de obra directa

| Cargo | valor pagado por prenda |
|--|-------------------------|
| Cortador | \$300 |
| Satelite | \$5.000 |
| costo unitario de mano de obra directa por chaqueta | \$5.300 |

Costos indirectos de fabricación

| Concepto | Periodicidad de pago o compra en meses | Valor | Valor diario | Valor días trabajados | Valor unitario por prenda |
|--|--|-----------|--------------|-----------------------|---------------------------|
| costos indirectos variables | | | | | |
| mantenimiento de maquinaria | 12 | \$140.000 | \$384 | \$1.534 | \$3 |
| servicio publico de luz | 12 | \$452.000 | \$9.417 | \$37.667 | \$65 |
| total costos indirectos variables | | | | | \$68 |
| costos indirectos fijos | | | | | |
| impuesto predial | 12 | \$175.100 | \$480 | \$1.919 | \$3 |
| Depreciación de maquinaria | 12 | \$251.100 | \$688 | \$2.752 | \$5 |
| Materia prima indirecta | | | | | |
| tinta plastisol | 12 | \$60.000 | \$1.250 | \$5.000 | \$9 |
| total costos indirectos fijos | | | | | \$17 |
| total costos indirectos de fabricación | | | | | \$ 84 |
| Total costo unitario producto terminado | | | | | \$ 14.954 |

Costeo chaqueta Evolution.

Tabla 53. Costeo real chaqueta Evolution

| cantidad a producir | | 1 | chaquetas | |
|---|--------------------|-------|--|------------------|
| CONCEPTO | cantidad unidad | metro | precio del insumo y/o materia prima | costo por unidad |
| materia prima | | | | |
| tela fleece ovejero | | 1,04 | \$4.100 | \$4.264 |
| tela cerro sport | | 0,78 | \$2.500 | \$1.958 |
| Tela cerro sport combinado | | 0,52 | \$2.600 | \$1.346 |
| yumbolo | | 0,24 | \$140 | \$33 |
| cremallera continua | | 0,64 | \$170 | \$109 |
| tela quirurgica | | 0,13 | \$850 | \$114 |
| tela tafeta | | 0,04 | \$1.300 | \$49 |
| slaiders | 2 | | \$40 | \$80 |
| plaqueta | 1 | | \$300 | \$300 |
| cremallera de centro | 1 | | \$280 | \$280 |
| cinta falla | 1 | | \$100 | \$100 |
| marquillas | 1 | | \$30 | \$30 |
| broches | 8 | | \$50 | \$400 |
| resorte | 1 | | \$1.000 | \$1.000 |
| costo unitario de materia prima por chaqueta | | | | \$10.064 |

Mano de obra directa

| Cargo | valor pagado por prenda |
|----------|-------------------------|
| Cortador | \$300 |
| Satelite | \$5.000 |

costo unitario de mano de obra directa por chaqueta \$5.300

Costos indirectos de fabricación

| Concepto | Periodicidad de pago o compra en meses | Valor | Valor diario | Valor días trabajados | Valor unitario por prenda |
|--|---|-----------|--------------|--------------------------|------------------------------|
| costos indirectos variables | | | | | |
| mantenimiento de maquinaria | 12 | \$140.000 | \$384 | \$1.534 | \$3 |
| servicio publico de luz | 12 | \$452.000 | \$9.417 | \$37.667 | \$65 |
| total costos indirectos variables | | | | | \$68 |
| costos indirectos fijos | | | | | |
| impuesto predial | 12 | \$175.100 | \$480 | \$1.919 | \$3 |
| Depreciación de maquinaria | 12 | \$251.100 | \$688 | \$2.752 | \$5 |
| Materia prima indirecta | | | | | |
| tinta plastisol | 12 | \$60.000 | \$1.250 | \$5.000 | \$9 |
| total costos indirectos fijos | | | | | \$17 |
| total costos indirectos de fabricación | | | | | \$ 84 |
| Total costo unitario producto terminado | | | | | \$ 15.448 |

Chaqueta Malla Combinada.

Tabla 54. Costeo real chaqueta Malla Combinada

| cantidad a producir | | 1 | chaquetas | |
|---|--------------------|-------|--|------------------|
| CONCEPTO | cantidad unidad | metro | precio del insumo v/o materia prima | costo por unidad |
| <i>materia prima</i> | | | | |
| tela fleece ovejero | | 1,04 | \$4.100 | \$4.264 |
| tela cerro sport | | 1,49 | \$2.500 | \$3.733 |
| tela cerro sport combinado | | 0,09 | \$2.600 | \$228 |
| yumbolo | | 0,12 | \$140 | \$17 |
| cremallera continua | | 0,32 | \$170 | \$54 |
| tela quirurgica | | 0,06 | \$850 | \$53 |
| malla | | 0,07 | \$7.500 | \$557 |
| tela tafeta | | 0,04 | \$1.300 | \$49 |
| slaiders | 2 | | \$40 | \$80 |
| cremallera de centro | 1 | | \$280 | \$280 |
| cinta falla | 3 | | \$100 | \$300 |
| cinta falla taches | 1 | | \$200 | \$200 |
| marquillas | 1 | | \$30 | \$30 |
| resorte | 1 | | \$1.000 | \$1.000 |
| costo unitario de materia prima por chaqueta | | | | \$10.845 |

Mano de obra directa

| Cargo | valor pagado por prenda |
|--|-------------------------|
| Cortador | \$300 |
| Satelite | \$5.000 |
| costo unitario de mano de obra directa por chaqueta | |
| | \$5.300 |

Costos indirectos de fabricación

| Concepto | Periodicidad de pago o compra en meses | Valor | Valor diario | Valor días trabajados | Valor unitario por prenda |
|--|---|-----------|--------------|--------------------------|------------------------------|
| Costos indirectos variables | | | | | |
| Mantenimiento de maquinaria | 12 | \$140.000 | \$384 | \$1.534 | \$3 |
| Servicio publico de luz | 12 | \$452.000 | \$9.417 | \$37.667 | \$65 |
| Total costos indirectos variables | | | | | \$68 |
| costos indirectos fijos | | | | | |
| Impuesto predial | 12 | \$175.100 | \$480 | \$1.919 | \$3 |
| Depreciación de maquinaria | 12 | \$251.100 | \$688 | \$2.752 | \$5 |
| Materia prima indirecta | | | | | |
| Tinta plastisol | 12 | \$60.000 | \$1.250 | \$5.000 | \$9 |
| Total costos indirectos fijos | | | | | \$17 |
| Total costos indirectos de fabricación | | | | \$ | 84 |
| Total costo unitario producto terminado | | | | \$ | 16.229 |

Gastos

Los gastos se realizaron teniendo en cuenta diversos factores que incurren en el proceder de la empresa que no se tienen en cuenta en los costos ya que no hacen parte directa de la producción.

Gastos de venta fijos

Tabla 55. Gastos de venta fijos

| Concepto | Valor Anual | valor mensual | Valor diario | Valor unitario por prenda |
|--------------------------------------|-------------|---------------|--------------|---------------------------|
| Arriendo punto de venta | \$3.000.000 | \$250.000 | \$8.333 | \$431,0 |
| Impuesto automotores | \$172.000 | \$14.333 | \$478 | \$24,7 |
| Parqueadero de automóvil | \$1.728.000 | \$144.000 | \$4.800 | \$248,3 |
| Revisión tecno mecánica y de gases | \$135.000 | \$11.250 | \$375 | \$19,4 |
| Servicio de internet y teléfono fijo | \$511.200 | \$42.600 | \$1.420 | \$73,4 |
| Soat | \$367.760 | \$30.647 | \$1.022 | \$52,8 |
| Total | | \$492.830 | | \$849,7 |

Gastos de venta variables

Tabla 56. Gastos de venta de variables

| Concepto | Valor Anual | valor mensual | Valor diario | Valor unitario por prenda |
|--|-------------|---------------|--------------|---------------------------|
| bolsas de empaque | \$240.000,0 | \$20.000 | \$666,7 | \$34,5 |
| cinta transparente | \$20.000,0 | \$1.667 | \$55,6 | \$2,9 |
| factureros | \$150.000 | \$12.500 | \$417 | \$21,6 |
| gas natural vehicular para automóvil de transporte | \$816.000,0 | \$68.000 | \$2.266,7 | \$117,2 |
| lonas para empaque | \$120.000,0 | \$10.000 | \$333,3 | \$17,2 |
| Publicidad (tarjetas) | \$48.000 | \$4.000 | \$133 | \$6,9 |
| total | | \$116.167 | | \$200 |

Gastos administrativos

Tabla 57. Gastos administrativos

| Concepto | Valor Anual | valor mensual | Valor diario | Valor unitario por prenda |
|-----------------------------------|-------------|---------------|--------------|---------------------------|
| Registro mercantil | \$168.000 | \$14.000 | \$467 | \$24,1 |
| Honorario gerente propietario | \$9.850.284 | \$820.857 | \$27.362 | \$1.415,3 |
| Honorario vendedor punto de venta | \$2.626.742 | \$218.895 | \$7.297 | \$377,4 |
| servicio de agua potable | \$504.000 | \$42.000 | \$1.400 | \$72,4 |
| Teléfono celular | \$250.800 | \$20.900 | \$697 | \$36,0 |
| total | | \$1.116.652 | | \$1.925 |

Debido a que los costos indirectos de fabricación no se estaban teniendo en cuenta la rentabilidad del producto varia, a continuación se representa esta diferencia:

Tabla 58. utilidad actual versus real

| <i>Utilidad actual versus real 2016 (en porcentaje)</i> | | Precio de venta |
|---|-------------------|-----------------|
| Producto | Porcentaje actual | \$ 25.000 |
| | Porcentaje real | |
| Zafiro | 37% | 35% |
| Quality | 37% | 36% |
| Origins | 37% | 36% |
| Combinada | 42% | 40% |
| Evolution | 41% | 38% |
| Malla combinada | 36% | 35% |

6. La cantidad de chaquetas en stock es poca.

en caso de surgir alguna eventualidad en las ventas de la empresa el stock de 114 chaquetas mensuales es muy poca de acuerdo al promedio de ventas anuales que se tienen

proyectadas, es por esto que se recomienda aumentar la cantidad de dicho stock para el año 2018 ya que se pronostica tener unas ventas promedio de 1404.

Stock promedio anual requerido:

Tabla 59. Stock promedio

| Concepto | Año | |
|----------------------------|------|------|
| | 2017 | 2018 |
| Unidades actuales | 1368 | |
| Unidades promedio de stock | 1168 | 1404 |

7. Poca producción.

La producción que actualmente se hace mensual es muy poca para cubrir la demanda proyectada del año 2017 y demás años pronosticados, es por esto que se recomienda realizar contratación de personas que contribuyan a la producción necesaria para cubrir dicha demanda.

Cantidad de personas requeridas para cubrir la demanda más stock.

Tabla 60. Cantidad de personas requeridas para suplir la demanda

| Concepto | Año | |
|--|------|------|
| | 2017 | 2018 |
| Producción actual | 6960 | |
| Producción anual requerida* | 8174 | 9827 |
| Producción faltante | 1214 | 2867 |
| Numero de personas que laboran actualmente en producción | 4 | |
| Numero de personas adicionales requeridas | 1 | 2 |

* la producción anual requerida corresponde al pronostico de ventas mas el promedio de unidades que deberían existir en stock para cada año.

Para cubrir la demanda y mantener un stock optimo anual, el empresario deberá adicionar al capital humano de la empresa 1 y 2 personas para los años 2017 y 2018 respectivamente.

Problemas de mercadeo

Tabla 61. Problemas de mercadeo

| No | Problema identificado | Explicación | Consecuencia |
|----|---|--|--|
| 1 | No se hace uso de canales de comunicación y venta en redes sociales | El cliente no tiene oportunidad de acceder (ver diseños, comprar o escribir) a D'Origins haciendo uso de redes sociales o tienda online. | La empresa se puede volver obsoleta al no hacer uso de las herramientas tecnológicas que se usan hoy por hoy. |
| 2 | El precio de los productos ha sido el mismo durante varios años. | El cliente no tolera incremento en precios por que viene acostumbrado a manejar los mismos durante varios años. | No hay oportunidad de innovación ya que de ser necesario no se podría incrementar el precio del producto por que la mayoría de sus clientes no estaría dispuesto a pagar mas de dos mil pesos en incremento. |
| 3 | Diseños fuera de la preferencia actual del cliente. | En la encuesta a clientes ellos manifestaron que querían encontrar una chaqueta con capota de quitar y también manifestaron estar dispuestos a pagar entre 1.000 y 2.000 pesos adicionales por ella. | El cliente puede sentirse insatisfecho y buscar otros proveedores que cumplan con sus requerimientos. |

1. No está a la vanguardia con los nuevos canales de comunicación.

Los avances tecnológicos han servido entre otras cosas para comunicar a las personas y para impulsar la economía, hoy en día muchos de los canales de comunicación son usados como fuente de ingresos ya que por medio de estos se captan clientes, se tiene contacto con ellos, se realizan ventas y se atienden los diferentes requerimientos que este tenga con respecto a las empresas.

Teniendo en cuenta que D'Origins tiene clientes que distribuyen la mercancía en diferentes sitios de la ciudad y del país es importante que la empresa empiece a facilitar los procesos de compra y de atención a los clientes.

Para tomar medidas frente a este parte del mercado que está siendo desatendido se sugiere un modelo de página web donde el cliente nuevo y antiguo podrá acceder a la empresa de una forma práctica y rápida, así como, la página en Facebook el cual es uno de los medios de comunicación más fuertes en el mundo, estos serán canales de uso exclusivo para clientes mayoristas.

Página web.

Esta página web se puede realizar por medio de la plataforma gratuita Wix. Esta wix incluirá un ítem de contacto donde el cliente debe ingresar su número de teléfono y correo electrónico, lugar en donde se enviará información de los nuevos catálogos, colores y tallajes disponibles, también cuenta con re direccionamiento a WhatsApp, Facebook y correo electrónico donde se atenderán de forma personalizada los requerimientos.

La mercancía se enviaría por medio de empresas especializadas en envío de mercancía, después de haber recibido el soporte de consignación vía correo electrónico, el costo del envío lo asumirá el cliente.

Ilustración 15. Diseño de página web

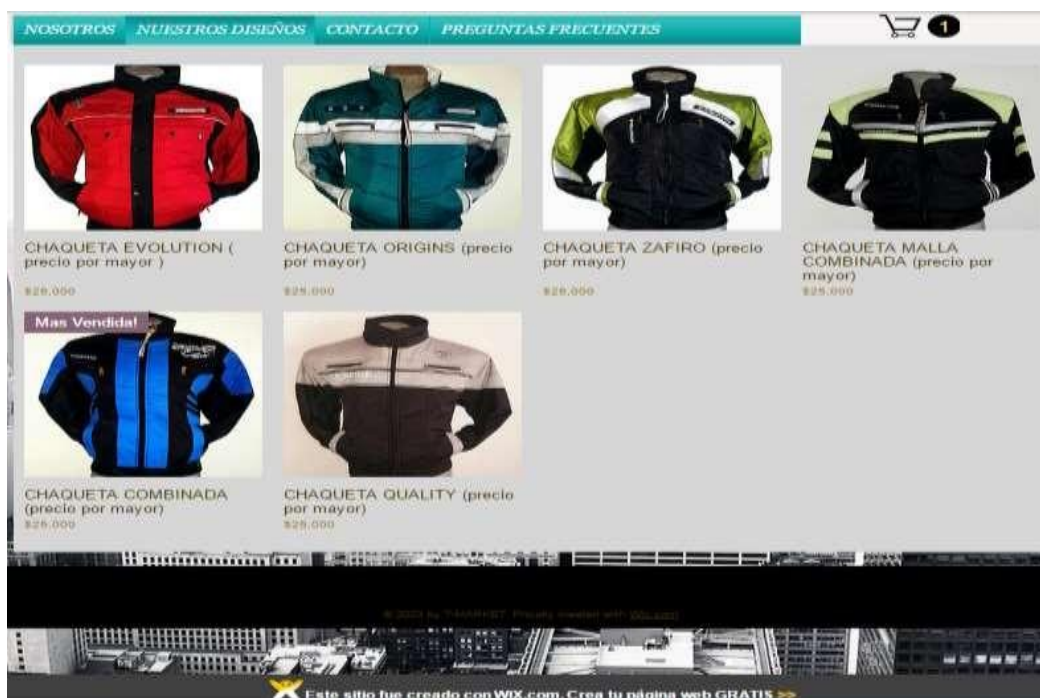


Ilustración 16. Diseños en página web



Ilustración 17. Contacto en página en web



Cuando el cliente le da clic a los iconos lo direcciona inmediatamente al contacto de D'Origins en cada uno, además de brindar al cliente la posibilidad de enviar comentarios.

Ilustración 18. Fan page de Facebook

Al momento de que el cliente le de clic a la opción contáctenos será re - direccionado a la página web de la empresa.



Se sugiere que el manejo y control de la página y la red social este a cargo del gerente de la empresa quien es el encargado de idear promociones de acuerdo a las posibilidades que tenga la empresa y darle un trato adecuado a los clientes.

2. El precio de los productos ha sido el mismo durante varios años:

Según lo informado por el propietario de D'Origins, el precio de cada chaqueta no ha incrementado en los dos últimos años. El precio se ha mantenido en 25.000 pesos M/CTE. Si se toma en cuenta lo que respondieron la mayoría de los clientes recurrentes, el precio se podrá incrementar entre un 4 y un 8 por ciento sin que se afecten drásticamente las ventas, porque son los mismos clientes quienes comparten esa decisión manifestándolo a través del canal de comunicación usado, que fue la encuesta.

También es importante crear en el cliente un hábito en el incremento anual de los precios para que la utilidad de la empresa no se vea afectada, debido a que la reducción de costos no suplirá en su totalidad el incremento en el coste del producto.

3. Los diseños están fuera de la preferencia actual del cliente:

En la encuesta de clientes el 35.5% manifestó querer encontrar en D'Origins chaquetas con capota de quitar. Teniendo en cuenta el pronóstico de ventas del año en curso y los dos años siguientes, el diseño llamado Evolution presentará una disminución constante hasta llegar a perder representación en las ventas de la empresa, basados en los anterior se

recomienda retirar del mercado este diseño y en su lugar crear un diseño de capota de quitar o tomar los diseños ya existentes e implementar la capota de quitar en ellos, para conservar los diseños que los clientes prefieren pero darles como valor agregado la característica que quisieran encontrar en ella, característica por la que los clientes están dispuestos a pagar hasta \$2000 más.

A continuación se evaluará si el incremento en el precio soporta la inversión adicional que le representa la capota de quitar a un diseño.

Costo de capota de quitar.

Tabla 62. Costo de capota de quitar

| Concepto | Cantidad | Precio | Total |
|--|----------|----------|-----------------|
| cerro sport | 0,32 | \$ 2.500 | \$ 800 |
| cremallera | 1 | \$ 280 | \$ 280 |
| costo adicional por confección | | \$ 800 | \$ 800 |
| Costo total de capota de quitar | | | \$ 1.880 |

El costo total de implementar la capota de quitar en las chaquetas incrementa el costo de la misma en \$1.880 pesos, lo cual es posible ya que los clientes están dispuestos a pagar \$2.000 adicionales por obtener esta característica en las chaquetas, los \$120 pesos restantes pasarían a ser parte de la utilidad de la prenda.

Problemas administrativos

Tabla 63. Problemas administrativos

| No | Problema identificado | Explicación | Consecuencia |
|----|---|---|--|
| 1 | No se conservan las facturas de compra. | Una vez se reciben los insumos y la materia prima el propietario desecha las facturas; por tanto, se esta faltando a la normatividad del código de comercio que establece que "los comerciantes conservarán los libros, correspondencia, documentación y justificantes concernientes a su negocio, debidamente ordenados, durante seis años a partir del último asiento realizado en los libros". | Ante la DIAN se podría considerar que los insumos y las materias primas que la empresa adquiere son de contrabando. |
| 2 | Sus ingresos no corresponden al Régimen Simplificado | El monto de los ingresos del año anterior son superiores a los requeridos para pertenecer al régimen simplificado, ya se superaron lo tres mil quinientos Uvt (104.136.000). | Existen diversas sanciones que acarrearía la empresa en caso de que el ente acusatorio logre comprobar que el empresario no esta presentado la declaración correctamente. |
| 3 | La Matricula Mercantil no está siendo liquidada correctamente, tampoco se está renovando en las fechas oportunas. | El Matricula Mercantil no se esta liquidando teniendo en cuenta la cifra real de sus ingresos y la fecha oportuna que debe renovar el mismo. | Según el artículo 37 del cogido de comercio, el hecho de ejercer actividades comerciales sin haber realizado la renovación de la matricula mercantil le puede acarrear una sanción que según el Numeral 5 del Artículo 11 del Decreto Especial 2153 de Diciembre 31 de 1992 puede ser de hasta 17 SMLMV al momento de la imposición de la sanción. |

| No | Problema identificado | Explicación | Consecuencia |
|----|--|---|---|
| 4 | El código CIIU no corresponde a la actividad económica actual. | La empresa D'Origins actualmente registra en la Cámara de Comercio con el código CIIU 4771, indicando comercio al por menor de prendas de vestir y el abastecimiento que realiza en el madrugón es al por mayor. | |
| 5 | La empresa no lleva contabilidad | Todos los inscritos en registro mercantil deben llevar contabilidad de acuerdo con el código de comercio, Aún así la empresa no tiene ningún registro contable que permita conocer los históricos de D'Origins, ni sus hechos presentes con los que podría tomar decisiones acertadas para su futuro y tener control de cómo administrar sus recursos financieros y humanos, activos, pasivos, patrimonio, costos, gastos y utilidad. | Las actividades que la empresa tiene registradas en su registro mercantil podrían acabarse ya que según el código de comercio en su artículo 67 todos los comerciantes están obligados a llevar contabilidad. |
| 6 | Periodicidad de pagos a corto plazo | Usar la ampliación de pagos que están dispuestos a ofertarle la mayoría de proveedores | Posibilidad de incrementar su producción al tener más materia prima disponible. |

1. No se conservan las facturas de compra

El estudio sugiere que la administración de la empresa conserve sus facturas por medio electrónico, para que de este modo no se vuelvan estorbosas y se conserven de una manera adecuada.

2. Sus ingresos no corresponden al Régimen Simplificado:

De acuerdo al artículo 499 del estatuto tributario solo pertenecen al régimen simplificado las personas y/o empresas que cumplan en su totalidad con los siguientes

parámetros:

Que en el año anterior hubieren obtenido ingresos brutos totales provenientes de la actividad, inferiores a tres mil quinientas (3.500) UVT, Que tengan máximo un establecimiento de comercio, oficina, sede, local o negocio donde ejercen su actividad, Que en el establecimiento de comercio, oficina, sede, local o negocio no se desarrollen actividades bajo franquicia, concesión, regalía, autorización o cualquier otro sistema que implique la explotación de intangibles, Que no sean usuarios aduaneros, Que no hayan celebrado en el año inmediatamente anterior ni en el año en curso contratos de venta de bienes y/o prestación de servicios gravados por valor individual, igual o superior a tres mil quinientas (3.500) UVT, Que el monto de sus consignaciones bancarias, depósitos o inversiones financieras durante el año anterior o durante el respectivo año no supere la suma de tres mil quinientas (3.500) UVT. (E. T., 1989 art. 499)

La empresa deja de cumplir estos requisitos porque sus ingresos para el año 2016 son de 4.696 UVT, por lo anterior se sugiere pasarse a régimen común ya que el hecho de no hacerlo acarrea sanciones como el pago de retroactivos cuando el monto evadido es representativo, Según Actualícese (2016), el pertenecer a régimen común le acarrea a la empresa las siguientes obligaciones:

Inscribirse en el RUT: El artículo 507 del Estatuto Tributario establece que quienes sean responsables del impuesto sobre las ventas, deberán inscribirse en el Registro

Único Tributario y actualizarlo cuando sea necesario. Cuando el responsable inicie operaciones, deberá hacer la inscripción del RUT dentro de los dos meses siguientes al inicio de sus operaciones.

Expedir factura o documento equivalente: La ley establece que quienes realicen operaciones deberán expedir factura por cada una de ellas y conservar la copia. La factura que expida el responsable para efectos tributarios, deberá cumplir los requisitos establecidos en el estatuto tributario en artículo 617, citados a continuación:

- Estar denominada expresamente como factura de venta.
- Apellidos y nombre o razón y NIT del vendedor o de quien presta el servicio.
- Apellidos y nombre o razón social y NIT del adquirentes de los bienes o servicios, junto con la discriminación del IVA pagado.
- Llevar un número que corresponda a un sistema de numeración consecutiva de facturas de venta.
- Fecha de su expedición.
- Descripción específica o genérica de los artículos o servicios prestados.
- Valor total de la operación.
- El nombre o razón social y el NIT del impresor de la factura.
- Indicar la calidad del retenedor del impuesto sobre las ventas.

Exigir factura o documento equivalente: La ley establece que quienes adquieran

bienes corporales muebles o servicios están obligados a exigir las facturas o documentos equivalentes que acredite la adquisición de los mismos.

Recaudar el impuesto: Es obligación del responsable del IVA perteneciente al régimen común hacer el recaudo del impuesto en el momento en el que se realicen operaciones gravadas. Si un responsable del IVA perteneciente al régimen simplificado, hacer el recaudo del IVA, deberá cumplir con todas las obligaciones establecidas para el régimen común.

Presenta la declaración del impuesto: El responsable del IVA del régimen común debe presentar las declaraciones de los impuestos en las fechas, periodos y lugares que el Gobierno Nacional establezca.

Consignar el impuesto: Es la transferencia que debe hacer el responsable del IVA al Estado del dinero recaudado por concepto de impuesto sobre las ventas.

Expedir certificados de retención: En caso de haber practicado retenciones a título de IVA, el agente retenedor deberá expedir un certificado bimestral, dentro de los 15 días siguientes al bimestre en el cual se practicaron dichas retenciones. En el certificado, se deberá especificar el valor de la retención y en caso de que el beneficiario lo solicite, se deberá expedir un certificado por cada una de las retenciones practicadas.

Cumplimiento de las normas de contabilidad: La ley exige a los responsables del IVA pertenecientes al régimen común llevar un registro auxiliar de las ventas y compras;

también deberán llevar una cuenta mayor o de balance denominado “impuesto a las ventas por pagar” en donde se registran los valores relacionados con el impuesto. Art. 509 del ET.

Además de lo anterior, la ley señala que en la contabilidad de cada responsable se deberá diferenciar las operaciones excluidas, exentas y gravadas, así como también identificar las diferentes tarifas.

Conservar los documentos soporte de las declaraciones de IVA: Deberán conservar los documentos que soporten la declaración del IVA, durante el tiempo previo a la firmeza de la misma, tal como lo dispone el artículo 632 del Estatuto Tributario.

Informar el NIT: el responsable deberá informar el NIT, en las facturas, recibos y en el membrete de la correspondencia que sea enviada junto con el nombre de la persona o empresa.

Presentar la declaración de renta: Los responsables del IVA pertenecientes al régimen común, deberán presentar la declaración de renta anualmente, en los términos que establezca la ley.

Informar el cese de actividades: Los responsables del IVA deberán informar el cese definitivo de actividades a la DIAN y hacer la cancelación de la responsabilidad ante dicho organismo, dentro de los 30 días siguientes a la toma de la decisión. Actualícese

(2016)

Tabla 64. Posible monto a pagar por IVA

| Año | IVA descontable | IVA generado | IVA a pagar |
|------|-----------------|---------------|---------------|
| 2017 | \$ 16.470.879 | \$ 34.610.220 | \$ 18.139.341 |
| 2018 | \$ 17.581.345 | \$ 43.211.195 | \$ 25.629.850 |

3. La Matricula Mercantil no está siendo liquidada correctamente, tampoco se está renovando en las fechas oportunas.

Actualmente la matricula mercantil se debe renovar año tras año antes del 31 de marzo del año en curso y se hace con base a los activos de la empresa en el año inmediatamente anterior, la tarifa real a pagar para el año 2017 son \$472.000.

4. El código CIU no corresponde a la actividad económica actual.

La empresa realiza ventas al por mayor, actividad que no se encuentra estipulada dentro de las que según la Cámara de Comercio son sus actividades económicas son:

1410 Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel.

4771 Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados. Homologados.

Se recomienda que agregue como actividad la 4642 que corresponde a “comercio al por mayor de prendas de vestir. Cámara de Comercio de Bogotá (2012)

Para de este modo evitar inconvenientes con la DIAN, cabe recordar que agregar o quitar actividades económicas no tiene ningún costo.

5. La empresa no lleva contabilidad.

Hacer contratación periódica de un contador, quien indique la situación de la empresa frente a las leyes que amparan y protegen su funcionamiento. Este contable estaría en la capacidad de sugerir cambios en la ejecución de gestión, el cumplimiento de los deberes del empresario, evaluar la capacidad económica de D’Origins y consolidar toda la información en estados financieros como el estado de la situación financiera, estado de resultados y flujo de caja o efectivo.

Estado de resultados integral

Tabla 65. Notas al estado de resultados integral

Nota 1. Ingresos

Los ingresos corresponden a las ventas brutas del año 2016 por la fabricación y comercialización de las chaquetas.

| Año 2016 | |
|-----------------|-------------------|
| Diseño | ventas por diseño |
| Zafiro | \$ 15.225.000 |
| Quality | \$ 34.725.000 |
| Combinada | \$ 40.000.000 |
| Malla combinada | \$ 17.550.000 |
| Origins | \$ 22.500.000 |
| Evolution | \$ 9.725.000 |
| Total utilidad | \$ 139.725.000 |

Nota 2. Devoluciones en ventas

Las devoluciones en ventas son igual a 0 debido a que cada insumo o producto que resulta defectuoso es reemplazado o arreglado por el proveedor o satélite respectivamente.

Nota 3. costo de ventas año 2016

| Diseño | Costo unitario total | Unidades vendidas | Costo total de venta |
|-----------------|----------------------|-------------------|----------------------|
| Combinada | \$ 14.954 | 1600 | \$ 23.927.128 |
| Evolution | \$ 15.448 | 389 | \$ 6.009.253 |
| Malla combinada | \$ 16.229 | 702 | \$ 11.393.021 |
| Origins | \$ 16.070 | 900 | \$ 14.463.166 |
| Quality | \$ 16.087 | 1389 | \$ 22.344.385 |
| Zafiro | \$ 16.181 | 609 | \$ 9.854.200 |
| total | | | \$ 87.991.154 |

Nota 4. Honorarios

El gerente propietario de la empresa devenga un salario básico mensual correspondiente al salario mínimo legal mensual vigente , de otro lado el vendedor devenga lo estipulado por el SMLMV por los días trabajados, que en el año son 96.

| Honorario | \$ | 767.154 | Cargo | salario anual |
|--------------------------|----|---------|----------|---------------|
| Honorario diario | \$ | 25.572 | Gerente | \$ 9.205.848 |
| Días trabajados vendedor | | 96 | Vendedor | \$ 2.454.893 |

Nota 5. depreciaciones

las depreciaciones equivalen a la depreciación de la planta, el equipo y el equipo de oficina ya que la depreciación de la maquinaria utilizada en la producción se ubico en los costos del producto.

Nota 6. gastos diversos

comprende gastos diversos de venta como lo son bolsas y lonas de empaque, revisión tecno mecánica y de gases del automóvil, el parqueadero del mismo y gas natural vehicular del mismo .

Nota 7. Impuesto de industria y comercio (ICA)

De acuerdo al Decreto No. 475 de 2006 del Estatuto Tributario y de Rentas del Municipio de Soacha - Cundinamarca y teniendo en cuenta el código CIU que la empresa desarrolla en el municipio de Soacha la tarifa del impuesto de industria y comercio es el 7 por 1.000.

Nota 8. Comisiones

Actualmente el gerente devenga una comisión por ventas del 2%.

| Fecha | Porcentaje de comisión | |
|------------|------------------------|-------------|
| | Valor de venta | 2% Comisión |
| Enero | \$ 7.525.000 | \$150.500 |
| Febrero | \$ 4.975.000 | \$99.500 |
| Marzo | \$ 7.700.000 | \$154.000 |
| Abril | \$ 5.175.000 | \$103.500 |
| Mayo | \$ 5.125.000 | \$102.500 |
| Junio | \$ 6.275.000 | \$125.500 |
| Julio | \$ 6.725.000 | \$134.500 |
| Agosto | \$ 5.800.000 | \$116.000 |
| Septiembre | \$ 8.225.000 | \$164.500 |
| Octubre | \$ 19.800.000 | \$396.000 |
| Noviembre | \$ 24.325.000 | \$486.500 |
| Diciembre | \$ 38.075.000 | \$761.500 |
| | | \$2.794.500 |

Nota 9. Impuesto de renta

Desde el año 2013 la tarifa del impuesto de renta es del 25% mas el 9% del CREE, que según la modificación realizada al artículo 23 de la ley 1607 del 2012 en el artículo 17 de la ley 1739 del 2014 de la Reforma Tributaria en el año 2014 obliga a pagar dicho valor.

Tabla 66. Estado de resultados integral

| D'Origins | |
|--|--|
| estado de resultados integral | |
| Del 1 de enero al 31 de diciembre del año 2016 | |
| Notas | |
| 1 | Ingresos \$139.725.000 |
| 2 | Devoluciones en ventas \$0 |
| | <u>Ventas netas</u> <u>\$139.725.000</u> |
| 3 | Costo de ventas \$87.991.154 |
| | <u>Utilidad bruta en ventas</u> <u>\$51.733.846</u> |
| | Gastos operacionales |
| | Gastos de administración |
| 4 | Honorarios \$11.660.741 |
| | Gastos legales (Registro mercantil) \$168.000 |
| | Teléfono e internet \$762.000 |
| | Acueducto y alcantarillado \$504.000 |
| 5 | Depreciación \$1.421.775 |
| | <u>Total gastos de administración</u> <u>\$14.516.516</u> |
| | Gastos de venta |
| | Flota y equipo de transporte (SOAT) \$367.760 |
| | Arrendamiento (punto de venta) \$3.000.000 |
| 6 | Gastos diversos \$3.039.000 |
| 7 | Impuesto de Industria y Comercio \$978.000 |
| | Impuesto automotor \$172.000 |
| 8 | Comisiones \$2.794.500 |
| | Útiles, papelería y fotocopias \$218.000 |
| | <u>Total gastos de venta</u> <u>\$10.569.260</u> |
| | <u>Total gastos operacionales</u> <u>\$25.085.776</u> |
| | <u>Utilidad operacional</u> <u>\$26.648.070</u> |
| | Gastos e Ingresos netos \$0 |
| | Utilidad antes de impuestos \$26.648.070 |
| 9 | Impuesto de renta \$9.060.344 |
| | <u>Utilidad del ejercicio</u> <u>\$17.587.727</u> |

Estado de la situación financiera

Tabla 67. Notas al estado de la situación financiera

Nota 1. Cuentas corrientes comerciales

| | Precio de venta | \$ | 25.000 |
|-----------------------------|-----------------|-------|-----------|
| Deudor | Cantidad | Valor | |
| José Pérez | 32 | \$ | 800.000 |
| Rosa Jiménez | 28 | \$ | 700.000 |
| Evangelina Guzmán | 30 | \$ | 750.000 |
| Total | 90 | \$ | 2.250.000 |
| Cuentas por cobrar promedio | | \$ | 750.000 |

Nota 2. Inventario de mercancía stock

| | Precio de venta | \$ | 25.000 |
|-----------------|-----------------|-------|-----------|
| Producto | Cantidad | Valor | |
| Zafiro | 12 | \$ | 310.548 |
| Quality | 28 | \$ | 708.293 |
| Combinada | 33 | \$ | 815.888 |
| Malla combinada | 14 | \$ | 357.971 |
| Origins | 18 | \$ | 458.937 |
| Evolution | 8 | \$ | 198.363 |
| | 114 | \$ | 2.850.000 |

Nota 3. Propiedad, planta y equipo

| | | |
|---------------------|----|------------|
| Mesa de corte | \$ | 250.000 |
| Planta | \$ | 14.295.000 |
| Propiedad | \$ | 20.000.000 |
| Termo fijadora | \$ | 1.060.000 |
| Vehículo | \$ | 3.100.000 |
| Vertical 5 pulgadas | \$ | 750.000 |
| Vertical 8 pulgadas | \$ | 980.000 |
| Total | \$ | 40.435.000 |

Nota 5. Muebles y enseres

La cuenta de muebles y enseres hace referencia al mueble y silla de computo.

Nota 6. Depreciación acumulada

Para el calculo de la depreciación acumulada se tuvo en cuenta un porcentaje de salvamento del 10%.

Depreciación mensual vertical 8 pulgadas

$$D: \frac{P - S}{N}$$

| | | | |
|-----|---------------------|-----------|-----------|
| P = | Valor inicial | \$980.000 | |
| N = | Vida útil | 10 años | 120 meses |
| S = | Valor de salvamento | 10% | \$98.000 |

Depreciación anual vertical 8 pulgadas

| | | | |
|----------------------|------------|---|-----------|
| Depreciación anual | \$ 980.000 | - | \$ 98.000 |
| vertical 8 pulgadas: | | | 10 |

| | |
|----------------------|-----------|
| Depreciación anual | \$ 88.200 |
| vertical 8 pulgadas: | |

Depreciación mensual vertical 5 pulgadas

| | | | |
|-----|---------------------|-----------|-----------|
| P = | Valor inicial | \$750.000 | |
| N = | Vida útil | 10 años | 120 meses |
| S = | Valor de salvamento | 10% | \$75.000 |

Depreciación anual vertical 5 pulgadas

| | | | |
|----------------------|------------|---|-----------|
| Depreciación anual | \$ 750.000 | - | \$ 75.000 |
| vertical 5 pulgadas: | | | 10 |

| | |
|----------------------|-----------|
| Depreciación anual | \$ 67.500 |
| vertical 5 pulgadas: | |

Depreciación mensual termo fijadora

| | | | |
|-----|---------------------|-------------|-----------|
| P = | Valor inicial | \$1.060.000 | |
| N = | Vida útil | 10 años | 120 meses |
| S = | Valor de salvamento | 10% | \$106.000 |

Depreciación anual termo fijadora

| | | | |
|--------------------|--------------|---|------------|
| Depreciación anual | \$ 1.060.000 | - | \$ 106.000 |
| termo fijadora: | | | 10 |

| | |
|--------------------|-----------|
| Depreciación anual | \$ 95.400 |
| termo fijadora: | |

Total depreciación acumulada maquinaria de producción: \$251.100

Depreciación mesa de corte

| | | | |
|-----|---------------------|-----------|-----------|
| P = | Valor inicial | \$250.000 | |
| N = | Vida útil | 10 años | 120 meses |
| S = | Valor de salvamento | 10% | \$25.000 |

Depreciación anual mesa de corte

| | | | | | |
|--------------------|----|---------|---|----|--------|
| Depreciación anual | \$ | 250.000 | - | \$ | 25.000 |
| mesa de corte: | | | | | 10 |

| | | |
|--------------------|----|--------|
| Depreciación anual | \$ | 22.500 |
| mesa de corte: | | |

Depreciación vehículo

| | | | |
|-----|---------------------|-------------|-----------|
| P = | Valor inicial | \$3.100.000 | |
| N = | Vida útil | 5 años | 60 meses |
| S = | Valor de salvamento | 10% | \$310.000 |

Depreciación anual vehículo

| | | | | | |
|--------------------|----|-----------|---|----|---------|
| Depreciación anual | \$ | 3.100.000 | - | \$ | 310.000 |
| vehículo: | | | | | 5 |

| | | |
|--------------------|----|---------|
| Depreciación anual | \$ | 558.000 |
| vehículo: | | |

Depreciación computador

| | | | |
|-----|---------------------|-------------|-----------|
| P = | Valor inicial | \$1.100.000 | |
| N = | Vida útil | 5 años | 60 meses |
| S = | Valor de salvamento | 10% | \$110.000 |

Depreciación anual computador

| | | | | | |
|--------------------|----|-----------|---|----|---------|
| Depreciación anual | \$ | 1.100.000 | - | \$ | 110.000 |
| computador: | | | | | 5 |

| | | |
|--------------------|----|---------|
| Depreciación anual | \$ | 198.000 |
| computador: | | |

Depreciación planta

| | | | |
|-----|---------------------|--------------|-------------|
| P = | Valor inicial | \$14.295.000 | |
| N = | Vida útil | 20 años | 240 meses |
| S = | Valor de salvamento | 10% | \$1.429.500 |

Depreciación anual planta

| | | | | | |
|--------------------|----|------------|---|----|-----------|
| Depreciación anual | \$ | 14.295.000 | - | \$ | 1.429.500 |
| planta: | | | | | 20 |

| | | |
|--------------------|----|---------|
| Depreciación anual | \$ | 643.275 |
| planta: | | |

Depreciación anual total: \$1.672.875

Nota 7. Proveedores

| | |
|-----------------|---------------------|
| Textiles Nelson | \$8.500.000 |
| El mayorista | \$4.900.000 |
| Total | \$13.400.000 |

Nota 8. Reserva ocasional \$ 5.000.000

La reserva ocasional es para adquirir o reposición de propiedades, planta y equipo.

Tabla 68. Estado de la situación financiera

| D'Origins | | |
|---|---|----------------------------|
| Estado de la situación financiera | | |
| entre el 1 de enero y el 31 de diciembre del año 2016 | | |
| Notas | Activo corriente | |
| | Efectivo y equivalente al efectivo | \$27.000.000 |
| 1 | Cuentas corrientes comerciales | \$2.250.000 |
| 2 | Inventario de mercancía | \$2.850.000 |
| | <u>Total activo corriente</u> | <u>\$32.100.000</u> |
| | <u>Activo no corriente</u> | |
| 3 | Propiedad planta y equipo | \$40.435.000 |
| 4 | Equipo de computo | \$1.100.000 |
| 5 | Muebles y enseres | \$230.000 |
| 6 | Depreciación acumulada | \$1.672.875 |
| | <u>Total activo no corriente</u> | <u>\$40.092.125</u> |
| | <u>Total activos</u> | <u>\$72.192.125</u> |
| | <u>Pasivo</u> | |
| 7 | Proveedores | \$13.400.000 |
| | Impuestos ICA | \$978.000 |
| | Provisión Renta | \$9.060.344 |
| | <u>Total pasivo</u> | <u>\$23.438.344</u> |
| | <u>Patrimonio</u> | |
| | Capital social | \$15.908.361 |
| 8 | Reserva ocasional | \$5.000.000 |
| | Resultados de ejercicios anteriores | \$10.257.694 |
| | Utilidad del ejercicio | \$17.587.727 |
| | <u>Total patrimonio</u> | <u>\$48.753.781</u> |
| | <u>Total pasivo y patrimonio</u> | <u>\$72.192.125</u> |

La prueba acida comprueba que la empresa cuenta con los recursos financieros necesarios para cubrir a corto plazo sus deudas u obligaciones y en ello por cada \$1 de pasivo corriente cuenta con \$1,25 para cubrirlos sin liquidar su inventario y disminuir la posibilidad de incurrir en apalancamientos financieros exógenos para cumplir con sus pasivos.

Ilustración 21. Capital neto de trabajo

| | |
|----------------------------------|-------------------------------------|
| Capital neto de trabajo = | Activo corriente - Pasivo corriente |
| | \$32.100.000 - \$23.438.344 |
| | \$8.661.656 |

El indicador del capital de trabajo arrojó que la empresa luego de cumplir con el pago de su pasivo corriente, dispone de \$ 8.661.656 para mantener la operación de la empresa.

Ilustración 22. Número de días de inventario a mano

Indicadores de actividad

| | | | |
|---|--|-----|------|
| | Año comercial | 360 | Días |
| Número de días inventario a mano = | $\frac{\text{Valor del inventario} * 360}{\text{Costo mercancía vendida}}$ | | |
| Número de días inventario a mano = | 12 | | |

Para atender la demanda de sus chaquetas, la empresa deberá almacenar su inventario 12 Días.

Ilustración 23. Rotación de inventario

$$\text{Rotación de inventario} = \frac{360}{\text{Número de días inventario a mano}}$$

$$\frac{360}{12}$$

$$\text{Rotación de inventario} = 30,87$$

El inventario de la empresa se convirtió en cuentas por cobrar o en efectivo 30,87 veces al año.

Ilustración 24. Rotación de la cartera

Rotación de cartera =

ventas a crédito 2016

| Cliente | Precio de venta Unidades | \$ 25.000 Monto |
|-------------------------------|-----------------------------|----------------------|
| Evangelina Guzmán | 50 | \$ 1.250.000 |
| Giovanni Pedraza | 80 | \$ 2.000.000 |
| José Pérez | 100 | \$ 2.500.000 |
| Mily Pineda | 120 | \$ 3.000.000 |
| Pedro Aristizabal | 70 | \$ 1.750.000 |
| Rosa Jiménez | 45 | \$ 1.125.000 |
| Total ventas a crédito | 465 | \$ 11.625.000 |

Número de días cartera a mano = $\frac{\text{cuentas por cobrar brutas} * 360}{\text{Ventas netas}}$

$$\frac{\$11.625.000 * 360}{\$139.725.000}$$

29,95

La empresa convirtió los \$11.625.000 de sus ventas anuales a crédito que en promedio al mes fueron \$968.750 en efectivo en 30 días que sería el periodo promedio de cobro.

$$\text{Rotación de cartera} = \frac{360}{\text{Número de días cartera a mano}}$$

$$\frac{360}{30}$$

$$12$$

La cartera rotó 12 veces en el año 2016. Lo cual es óptimo al momento de recaudar el monto financiado a sus clientes a corto plazo.

Ilustración 25. Rotación de activos totales

$$\text{Rotación de los activos totales} = \frac{\text{Ventas netas}}{\text{Activos totales brutos}}$$

$$\frac{\$139.725.000}{\$73.865.000}$$

2

La empresa recupero dos veces con sus ventas el dinero que representaba sus activos Brutos.

*Ilustración 26. Nivel de endeudamiento***Indicadores de endeudamiento**

$$\text{Nivel de endeudamiento} = \frac{\text{Total pasivo}}{\text{Total activo}}$$

$$\frac{\$23.438.344}{\$72.192.125}$$

$$32\%$$

El porcentaje de participación de los pasivos de la empresa en sus activos es del 32%.

Ilustración 27. Leveraje a corto plazo

$$\text{"Leveraje" a corto plazo} = \frac{\text{Total pasivo corriente}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\frac{\$13.400.000}{\$48.753.781}$$

$$0,2749$$

La empresa puede tener como apalancamiento los financiamientos con sus proveedores puesto que su capacidad de endeudamiento es alta, permitiéndole adquirir responsabilidades u obligaciones con terceros. Así mismo se deduce que actualmente tiene comprometido en sus pasivos el 0,2749 de su patrimonio.

*Ilustración 28. Margen bruto de utilidad***Indicadores de rentabilidad**

$$\text{Margen bruto (de utilidad)} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas netas}}$$

$$\frac{\$17.587.727}{\$139.725.000}$$

$$13\%$$

Por cada peso que vende la empresa su utilidad bruta es del 13%.

Ilustración 29. Margen operacional

$$\text{Margen operacional de utilidad} = \frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas netas}}$$

$$\frac{\$26.648.070}{\$139.725.000}$$

$$19\%$$

La utilidad operacional de la empresa corresponde al 19% de los ingresos obtenidos en el año 2016.

Ilustración 30. Rendimiento del patrimonio

$$\begin{aligned} \text{Rendimiento del patrimonio (ROE)} &= \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}} \\ &= \frac{\$26.648.070}{\$48.753.781} \\ &= 54,66\% \end{aligned}$$

La rentabilidad del patrimonio fue del 54,66% para el año 2016.

Ilustración 31. Rendimiento del activo

$$\begin{aligned} \text{Rendimiento del activo (ROA)} &= \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activo total bruto}} \\ &= \frac{\$26.648.070}{\$73.865.000} \\ &= 36,08\% \end{aligned}$$

Los activos de la empresa tienen una capacidad del 36,08% para generar utilidad por sí mismos.

Ilustración 32. Sistema DuPont

Sistema Dupont =

$$\text{Método de correlación: } \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}} = \frac{\$26.648.070}{\$139.725.000} \quad 0,191$$

$$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo total}} = \frac{\$139.725.000}{\$72.192.125} \quad 1,935$$

$$\frac{\text{Activo total}}{\text{Patrimonio}} = \frac{\$72.192.125}{\$48.753.781} \quad 1,481$$

$$\text{sistema Dupont= } (\text{Utilidad neta / ventas}) * (\text{Ventas / Activo total}) * (\text{Activo total / patrimonio})$$

$$0,191 \quad 1,935 \quad 1,481$$

54,658%

Este ratio indica que el rendimiento de la inversión es del 54,658% representado en el patrimonio neto y siendo éste el porcentaje de reinversión de los beneficios del gerente propietario de D'Origins.

Proyección costos fijos mensuales.

Producción proyectada para el año 2017.

La producción proyectada se realizó con el fin de conocer la cantidad a producir de cada diseño; basados en el porcentaje de incremento en ventas para el 2017 y de este modo poder realizar los costos fijos mensuales para el año en curso.

Tabla 69. Costos fijos mensuales

| Producto | Ventas para cada modelo pronostico | Porcentaje de participación ** | Stock * | Stock 1371 | |
|-----------------|------------------------------------|--------------------------------|-------------|----------------------|------------------------|
| | | | | Producción anual *** | Producción mensual *** |
| Zafiro | 706 | 10% | 137 | 843 | 70 |
| Quality | 1868 | 27% | 370 | 2238 | 186 |
| Origins | 1273 | 18% | 247 | 1520 | 127 |
| Combinada | 2079 | 30% | 411 | 2490 | 207 |
| Evolution | 266 | 4% | 52 | 318 | 27 |
| Malla combinada | 815 | 11% | 151 | 966 | 80 |
| Total: | 7006 | 100% | 1368 | 8374 | 698 |

* El stock fue un dato proporcionado por el propietario, según la cantidad de stock que maneja en la actualidad.

** Para la capacidad del uso actual se tomó en consideración el porcentaje de participación en las ventas de cada

*** Producción anual para suplir pronostico de ventas mas stock.

■

Costos fijos mensuales.

Para hallar el valor de los costos en el año 2017 se tuvo en cuenta la inflación proyectada para el mismo.

Inflación para el año 2017

| Año | Inflación |
|------|-----------|
| 2017 | 4,18% |

Tabla 70. Costos fijos mensuales para el año 2017

| Concepto | Zafiro | Quality | Origins | Combinada | Evolution | Malla combinada |
|--|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|------------------|--------------------|
| Capacidad máxima de producción* | 60 | 158 | 108 | 176 | 23 | 69 |
| Capacidad promedio de uso actual | 70 | 186 | 127 | 207 | 27 | 80 |
| Costo materias primas | \$790.017 | \$1.995.873 | \$1.353.335 | \$1.985.806 | \$267.069 | \$872.581 |
| Costo mano de obra directa | \$387.812 | \$988.388 | \$671.227 | \$1.099.745 | \$140.651 | \$426.430 |
| Costos indirectos de fabricación variables | \$4.946 | \$13.131 | \$8.918 | \$14.611 | \$1.869 | \$5.665 |
| Costos indirectos de fabricación fijos | \$1.220 | \$3.239 | \$2.200 | \$3.604 | \$461 | \$1.398 |
| Gastos de venta variables | \$14.655 | \$38.913 | \$26.426 | \$43.297 | \$5.537 | \$16.788 |
| Gastos de venta fijos | \$62.175 | \$165.084 | \$112.111 | \$183.683 | \$23.492 | \$71.224 |
| Gastos administrativos | \$140.876 | \$374.047 | \$254.020 | \$416.189 | \$53.228 | \$161.379 |
| Total costos fijos mensuales | \$1.401.701 | \$3.578.674 | \$2.428.235 | \$3.746.935 | \$492.306 | \$1.555.464 |
| costo total para producir una chaqueta | \$19.957 | \$19.190 | \$19.173 | \$18.058 | \$18.551 | \$19.333 |

* La capacidad máxima de producción será igual a la capacidad promedio de uso actual porque la empresa se encuentra en su capacidad máxima

Proyección de estados financieros año 2017 y 2018.

Notas al estado de resultados integral proyectado.

Tabla 71. Notas al estado de resultados integral proyectado

Nota 1. Ingresos proyectados.

Los ingresos proyectados corresponde a las unidades vendidas por el precio, pero a dicho precio se le aumento el porcentaje de inflación para cada año.

| Año | Precio actual | Incremento por inflación | Precio final | Precio aproximado |
|------|---------------|-----------------------------|--------------|----------------------|
| 2017 | \$ 25.000 | \$ 1.045 | \$ 26.045 | \$ 26.000 |
| 2018 | \$ 26.000 | \$ 910 | \$ 26.910 | \$ 27.000 |

| Año 2016 | | Año 2017 | | | Año 2018 | | |
|----------------------|-------------------|----------------------|-------------------|---------------------|----------------------|-------------------|---------------------|
| Diseño | ventas por diseño | Diseño | ventas por diseño | IVA generado 19% | Diseño | ventas por diseño | IVA generado 19% |
| Zafiro | \$ 15.225.000 | Zafiro | \$ 18.349.109 | \$ 3.486.331 | Zafiro | \$ 21.666.689 | \$ 4.116.671 |
| Quality | \$ 34.725.000 | Quality | \$ 48.559.902 | \$ 9.226.381 | Quality | \$ 63.352.180 | \$ 12.036.914 |
| Combinada | \$ 40.000.000 | Combinada | \$ 54.045.902 | \$ 10.268.721 | Combinada | \$ 69.049.180 | \$ 13.119.344 |
| Malla combinada | \$ 17.550.000 | Malla combinada | \$ 21.181.973 | \$ 4.024.575 | Malla combinada | \$ 25.039.328 | \$ 4.757.472 |
| Origins | \$ 22.500.000 | Origins | \$ 33.097.432 | \$ 6.288.512 | Origins | \$ 44.440.820 | \$ 8.443.756 |
| Evolution | \$ 9.725.000 | Evolution | \$ 6.924.738 | \$ 1.315.700 | Evolution | \$ 3.879.148 | \$ 737.038 |
| Total utilidad bruta | \$ 139.725.000 | Total utilidad bruta | \$ 182.159.055 | \$ 34.610.221 | Total utilidad bruta | \$ 227.427.344 | \$ 43.211.196 |

Nota 2. Costo de ventas proyectado

| Año 2017 | | | | Año 2018 | | | |
|-----------------|----------------------|-------------------|----------------------|-----------------|----------------------|-------------------|----------------------|
| Diseño | Costo unitario total | Unidades a vender | Costo total de venta | Diseño | Costo unitario total | Unidades a vender | Costo total de venta |
| Zafiro | \$ 16.857 | 706 | \$ 11.896.798 | Zafiro | \$ 17.447 | 802 | \$ 14.000.952 |
| Quality | \$ 16.759 | 1868 | \$ 31.300.766 | Quality | \$ 17.346 | 2346 | \$ 40.699.461 |
| Origins | \$ 16.742 | 1273 | \$ 21.312.096 | Origins | \$ 17.328 | 1646 | \$ 28.520.942 |
| Combinada | \$ 15.580 | 2079 | \$ 32.385.034 | Combinada | \$ 16.125 | 2557 | \$ 41.237.284 |
| Evolution | \$ 16.094 | 266 | \$ 4.286.327 | Evolution | \$ 16.657 | 144 | \$ 2.393.140 |
| Malla combinada | \$ 16.908 | 815 | \$ 13.774.606 | Malla combinada | \$ 17.500 | 927 | \$ 16.228.762 |
| total | | | \$ 114.955.627 | total | | | \$ 143.080.542 |

Nota 3. honorarios

| Concepto | valor | |
|-----------------------------------|---------------|---------------|
| | 2017 | 2018 |
| Honorario gerente propietario | \$ 10.262.026 | \$ 10.621.197 |
| Honorario vendedor punto de venta | \$ 2.736.540 | \$ 2.832.319 |
| Honorario contador | \$ 300.000 | \$ 310.500 |
| Total Honorarios | \$ 13.300.583 | \$ 13.766.034 |

Nota 4. gastos mas incremento por inflación.

| Año | Incremento |
|------|------------|
| 2017 | 4,18% |
| 2018 | 3,50% |

Gastos de venta fijos

| Concepto | Año 2016 | Año 2017 | Año 2018 |
|--------------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Arriendo punto de venta | \$3.000.000 | \$3.125.400 | \$3.234.789 |
| Impuesto automotores | \$172.000 | \$179.190 | \$185.461 |
| Parqueadero de automóvil | \$1.728.000 | \$1.800.230 | \$1.863.238 |
| Revisión tecno mecánica y de gases | \$135.000 | \$140.643 | \$145.566 |
| Servicio de internet y teléfono fijo | \$511.200 | \$532.568 | \$551.208 |
| Soat | \$367.760 | \$383.132 | \$396.542 |
| | \$5.913.960 | \$6.161.164 | \$6.376.804 |

gastos administrativos

| Concepto | Año 2016 | Año 2017 | Año 2018 |
|-----------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Registro mercantil | \$168.000 | \$175.022 | \$181.148 |
| Honorario gerente propietario | \$9.850.284 | \$10.262.026 | \$10.621.197 |
| Honorario vendedor punto de venta | \$2.626.742 | \$2.736.540 | \$2.832.319 |
| Honorario contador | | \$300.000 | \$310.500 |
| Acueducto y alcantarillado | \$504.000 | \$525.067 | \$543.445 |
| Teléfono celular | \$250.800 | \$261.283 | \$270.428 |
| total | \$13.399.826 | \$14.259.939 | \$14.759.037 |

gastos de venta variables

| Concepto | Año 2016 | Año 2017 | Año 2018 |
|--------------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| bolsas de empaque | \$240.000 | \$250.032 | \$258.783 |
| cinta transparente | \$20.000 | \$20.836 | \$21.565 |
| factureros | \$150.000 | \$156.270 | \$161.739 |
| gas natural vehicular para automóvil | \$816.000 | \$850.109 | \$879.863 |
| lonas para empaque | \$120.000 | \$125.016 | \$129.392 |
| Publicidad (tarjetas) | \$48.000 | \$50.006 | \$51.757 |
| total | \$1.394.000 | \$1.452.269 | \$1.503.099 |

Nota 5. Comisiones

Pronóstico de comisiones salario gerente propietario para el año 2017

| Fecha | Porcentaje de comisión | | Comisión |
|------------|------------------------|----|-----------|
| | Valor de venta | 2% | |
| Enero | \$ 10.198.482 | \$ | 203.970 |
| Febrero | \$ 7.222.388 | \$ | 144.448 |
| Marzo | \$ 9.019.230 | \$ | 180.385 |
| Abril | \$ 5.848.721 | \$ | 116.974 |
| Mayo | \$ 5.978.224 | \$ | 119.564 |
| Junio | \$ 8.652.175 | \$ | 173.043 |
| Julio | \$ 10.157.333 | \$ | 203.147 |
| Agosto | \$ 7.968.029 | \$ | 159.361 |
| Septiembre | \$ 10.446.814 | \$ | 208.936 |
| Octubre | \$ 27.618.749 | \$ | 552.375 |
| Noviembre | \$ 29.135.486 | \$ | 582.710 |
| Diciembre | \$ 49.917.727 | \$ | 998.355 |
| | | \$ | 3.643.267 |

Pronóstico de comisiones salario gerente propietario para el año 2018

| Fecha | Porcentaje de comisión | | Comisión |
|------------|------------------------|----|-----------|
| | Valor de venta | 2% | |
| Enero | \$ 13.047.732 | \$ | 260.955 |
| Febrero | \$ 9.627.344 | \$ | 192.547 |
| Marzo | \$ 10.416.246 | \$ | 208.325 |
| Abril | \$ 6.558.344 | \$ | 131.167 |
| Mayo | \$ 6.881.311 | \$ | 137.626 |
| Junio | \$ 11.192.902 | \$ | 223.858 |
| Julio | \$ 13.833.000 | \$ | 276.660 |
| Agosto | \$ 10.284.984 | \$ | 205.700 |
| Septiembre | \$ 12.814.230 | \$ | 256.285 |
| Octubre | \$ 35.978.016 | \$ | 719.560 |
| Noviembre | \$ 34.241.164 | \$ | 684.823 |
| Diciembre | \$ 62.554.279 | \$ | 1.251.086 |
| | | \$ | 4.548.591 |

Tabla 72. Estado de resultados integral proyectado

| D'Origins | | | | |
|--|---------------------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| estado de resultados integral | | | | |
| Del 1 de enero al 31 de diciembre del año 2016 | | | | |
| Notas | | 2016 | 2017 | 2018 |
| 1 | Ingresos | \$139.725.000 | \$182.159.055 | \$227.427.344 |
| | Devoluciones en ventas | \$0 | \$0 | \$0 |
| | <u>Ventas netas</u> | <u>\$139.725.000</u> | <u>\$182.159.055</u> | <u>\$227.427.344</u> |
| 2 | Costo de ventas | \$87.991.154 | \$114.955.627 | \$143.080.542 |
| | <u>Utilidad bruta en ventas</u> | <u>\$51.733.846</u> | <u>\$67.203.428</u> | <u>\$84.346.802</u> |
| Gastos operacionales | | | | |
| Gastos de administración | | | | |
| 3 | Honorarios | \$11.660.741 | \$13.300.583 | \$13.766.034 |
| | Gastos legales (Registro mercantil) | \$168.000 | \$175.022 | \$181.148 |
| | Teléfono e internet | \$762.000 | \$793.852 | \$821.636 |
| | Acueducto y alcantarillado | \$504.000 | \$525.067 | \$543.445 |
| | Depreciación | \$1.421.775 | \$1.421.775 | \$1.421.775 |
| | <u>Total gastos de administración</u> | <u>\$14.516.516</u> | <u>\$16.216.299</u> | <u>\$16.734.038</u> |
| Gastos de venta | | | | |
| | Flota y equipo de transporte (SOAT) | \$367.760 | \$383.132 | \$396.542 |
| | Arrendamiento (punto de venta) | \$3.000.000 | \$3.125.400 | \$3.234.789 |
| 4 | Gastos diversos | \$3.039.000 | \$3.166.030 | \$3.276.841 |
| | Impuesto de Industria y Comercio | \$978.000 | \$1.275.000 | \$1.592.000 |
| | Impuestos (Vehículo) | \$172.000 | \$179.190 | \$185.461 |
| 5 | Comisiones | \$2.794.500 | \$3.643.267 | \$4.548.591 |
| | Útiles, papelería y fotocopias | \$218.000 | \$227.112 | \$235.061 |
| | <u>Total gastos de venta</u> | <u>\$10.569.260</u> | <u>\$11.999.132</u> | <u>\$13.469.286</u> |
| | <u>Total gastos operacionales</u> | <u>\$25.085.776</u> | <u>\$28.215.431</u> | <u>\$30.203.324</u> |
| | <u>Utilidad operacional</u> | <u>\$26.648.070</u> | <u>\$38.987.997</u> | <u>\$54.143.478</u> |
| | Gastos e Ingresos netos | \$0 | \$0 | \$0 |
| | Utilidad antes de impuestos | \$26.648.070 | \$38.987.997 | \$54.143.478 |
| | Impuesto de renta | \$9.060.344 | \$13.255.919 | \$17.867.348 |
| | <u>Utilidad del ejercicio</u> | <u>\$17.587.727</u> | <u>\$25.732.078</u> | <u>\$36.276.130</u> |

Flujo de caja proyectado año 2017

Tabla 73. Flujo de caja año 2017

| Flujo de caja | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | TOTAL | % |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------|
| Saldo Inicial | 26.414.981 | 25.779.149 | 22.134.658 | 15.346.014 | 8.684.531 | 3.996.180 | 2.574.464 | 142.038 | 13.455.398 | 22.748.480 | 29.661.734 | |
| Cobros | | | | | | | | | | | | |
| Cobros por ventas | 9.019.230 | 5.848.721 | 5.978.224 | 8.652.175 | 10.157.333 | 7.968.029 | 10.446.814 | 27.618.749 | 29.135.486 | 49.917.727 | 182.163.358 | 100,0% |
| Total Cobros | 9.019.230 | 5.848.721 | 5.978.224 | 8.652.175 | 10.157.333 | 7.968.029 | 10.446.814 | 27.618.749 | 29.135.486 | 49.917.727 | 182.163.358 | |
| Pagos | | | | | | | | | | | | |
| Textiles Nelson | | | | 9.300.259 | 9.300.259 | | | 9.300.259 | | | 27.900.777 | 24,7% |
| El mayorista | 4.900.000 | | 8.265.648 | | | | 8.265.648 | | | 8.265.648 | 29.696.943 | 26,3% |
| Telas & telas | | 332.771 | | | | 332.771 | | | 332.771 | | 998.313 | 0,9% |
| Distribuidora el trebol | | 1.463.326 | | | | 1.463.326 | | | 1.463.326 | | 4.389.979 | 3,9% |
| Nova world | | 2.181.111 | | | | 2.181.111 | | | 2.181.111 | | 6.543.334 | 5,8% |
| Diseños Alex | | 286.760 | | | | 286.760 | | | 286.760 | | 860.281 | 0,8% |
| Suprime | | 688.761 | | | | 688.761 | | | 688.761 | | 2.066.283 | 1,8% |
| Honorarios cortador personal confección | 181.273 | 181.273 | 181.273 | 181.273 | 181.273 | 181.273 | 181.273 | 181.273 | 181.273 | 181.273 | 2.175.278 | 1,9% |
| Gerente propietario | 3.021.220 | 3.021.220 | 3.021.220 | 3.021.220 | 3.021.220 | 3.021.220 | 3.021.220 | 3.021.220 | 3.021.220 | 3.021.220 | 36.254.640 | 32,1% |
| Mantenimiento de maquinaria | 1.035.553 | 972.143 | 974.733 | 1.028.212 | 1.058.315 | 1.014.529 | 1.064.105 | 1.407.544 | 1.437.879 | 1.853.523 | | |
| Servicio de energia (promedio) | | 145.852 | | | | | | | | | 145.852 | 0,1% |
| Acueducto y alcantarillado | 39.241 | 39.241 | 39.241 | 39.241 | 39.241 | 39.241 | 39.241 | 39.241 | 39.241 | 39.241 | 470.894 | 0,4% |
| Impuesto predial | 43.756 | 43.756 | 43.756 | 43.756 | 43.756 | 43.756 | 43.756 | 43.756 | 43.756 | 43.756 | | |
| Matricula mercantil | 175.022 | | | | | | | | | | 175.100 | 0,2% |
| Revisión tecnomecanica y de gases gas natural vehicular automóvil | | | | | | | | | 140.643 | | | |
| Impuesto automotor | 70.842 | 70.842 | 70.842 | 70.842 | 70.842 | 70.842 | 70.842 | 70.842 | 70.842 | 70.842 | | |
| Arriendo punto de venta | | | | 1.562.700 | | | | | | | 1.562.700 | |
| Parqueadero de automovil | | | | | 900.115 | | | | | | 900.115 | |
| Telefono e internet | 66.154 | 66.154 | 66.154 | 66.154 | 66.154 | 66.154 | 66.154 | 66.154 | 66.154 | 66.154 | 793.852 | 0,7% |
| Bolsas y lonas | | | | | | | | | | | | |
| Utiles y papeleria | | | | | | | | | | | | |
| Plastisol | | | | | 62.508 | | | | | | 62.508 | 0,1% |
| SOAT | | | | | | | | | 383.132 | | 383.132 | 0,3% |
| Impuesto de industria y comercio | 122.000 | | 104.000 | | 102.000 | | 127.000 | | 266.000 | | | |
| Impuesto de renta | | | | | | | | | 9.060.344 | | | |
| Total Pagos | 9.655.062 | 9.493.212 | 12.766.868 | 15.313.658 | 14.845.684 | 9.389.746 | 12.879.239 | 14.305.389 | 19.842.404 | 16.004.473 | 112.917.166 | 100,0% |
| Saldo Neto Mensual | -635.833 | -3.644.491 | -6.788.644 | -6.661.483 | -4.688.351 | -1.421.717 | -2.432.425 | 13.313.359 | 9.293.082 | 33.913.254 | 69.246.193 | |
| Necesidad financiera | -1.220.851 | -4.865.342 | -11.653.986 | -18.315.469 | -23.003.820 | -24.425.536 | -26.857.962 | -13.544.602 | -4.251.520 | 29.661.734 | | |
| Saldo Tesorería | 25.779.149 | 22.134.658 | 15.346.014 | 8.684.531 | 3.996.180 | 2.574.464 | 142.038 | 13.455.398 | 22.748.480 | 56.661.734 | | |

Ilustración 33. Cobros y pagos flujo de caja

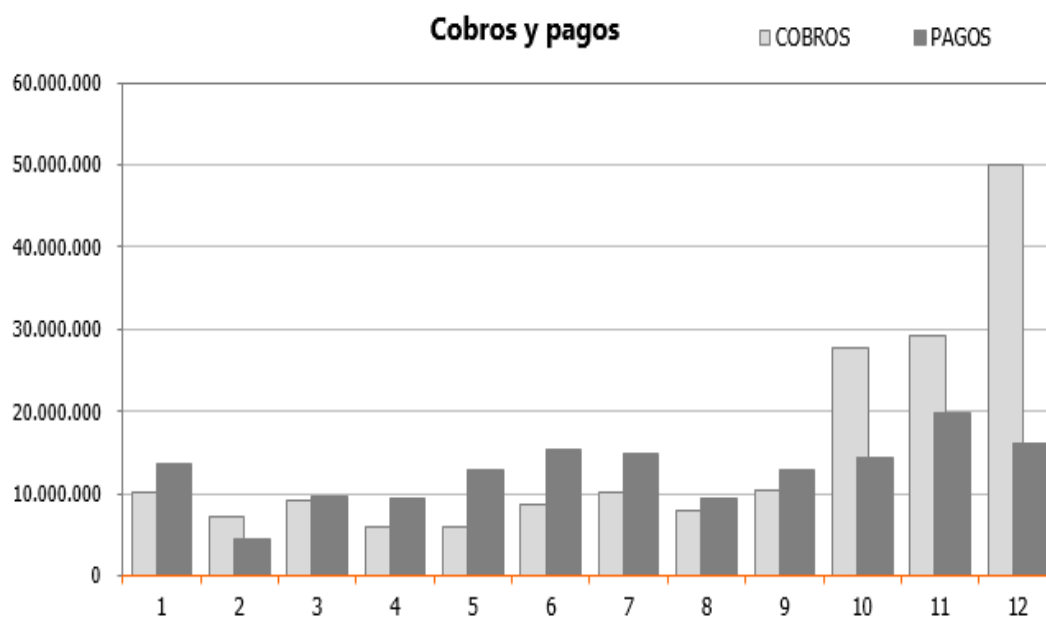
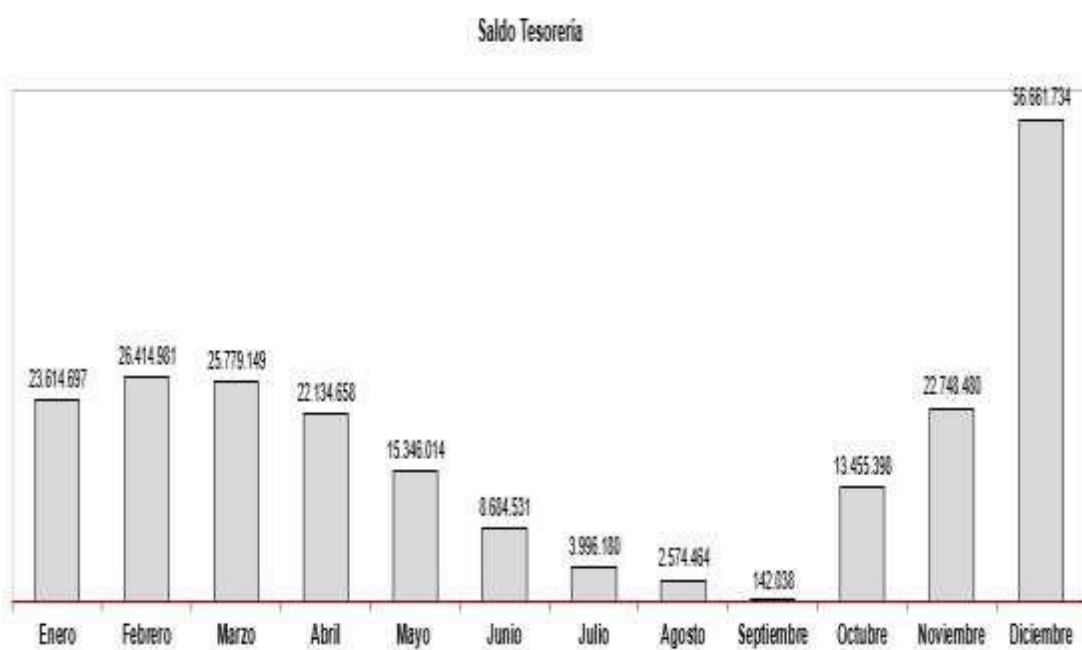


Ilustración 34. Tesorería



6. Periodicidad de pago a corto plazo:

El 74,4% de los proveedores están dispuestos a ampliar los periodos de pago, situación que puede aprovechar D'Origins a su favor ya que los pagos de la materia prima serían mucho más cómodos, teniendo en cuenta que aunque no se maneja interés en dicha financiación el tiempo es de máximo 45 días.

Conclusiones

Luego de diagnosticar la empresa D'Origins se encontró que al no estar estructurada no existían cifras que demostrasen la situación actual de la misma; tanto a nivel de producción, de ventas y financieramente.

Al reflejar el estado del ente económico con estados financieros se concluyó que es un negocio rentable y que una vez se implementen procesos administrativos, se podrán llevar a cabo estrategias y controles que retroalimenten periodo a periodo sus funciones.

Es un acierto la inversión del plotter porque permitirá la optimización de la materia prima, y así maximizar los ingresos en un 25%.

Se recomendó al empresario que por su nivel de ventas brutas anuales, debía cambiar de razón social a régimen común; y así mismo, entablar relaciones comerciales con proveedores que le permitan la correcta tributación para así evitar sanciones por parte del fisco.

Es importante que el empresario comprenda la vital importancia que es tener las finanzas de su empresa organizadas y reconozca que aunque ha salido avante durante dieciséis años, dando el manejo que desde su empírea y praxis a lo largo de los años desarrolló, requiere recibir ayuda de personal profesional.

Con base al comportamiento de los proveedores, se recomienda al empresario tener proveedores alternos o de segunda opción, siendo que ocasionalmente pueda que alguno de los que maneja actualmente no tenga la materia prima disponible, lo que ocasionaría contratiempos en la producción de la empresa y que el manejo de los plazos de pago sea no inferior a 90 días para que así cuente con un flujo de caja flexible.

En el desarrollo de la caracterización del ente económico, se logran trazar objetivos específicos que permitirán el crecimiento de la misma.

Lista de referencias bibliográficas

"VAN Y TIR"(NPV and IRR) - CÁLCULO MANUALMENTE EN UN PROYECTO DE

INVERSIÓN.[Ejercicio2/2]. (14 de diciembre de 2016). Recuperado el 22 de abril de 2017, de CIVIL ENGINEERING TUTORIALES: CIVIL ENGINEERING TUTORIALES

5 fuerzas de porter. (s.f.). Recuperado el 20 de agosto de 2016, de Las 5 fuerzas de porter - clave para el éxito de la empresa.: <http://www.5fuerzasdeporter.com/>

Accounter. (s.f). Previsión de tesorería fácil.plantillas para elaborar previsiones de tesoreria de forma facil y rapida. Recuperado el 10 de abril de 2017 de <http://www.accounter.co/>.

Acosta, J. (2016). ¿China town? Comerciantes chinos se adueñan de San Victorino y otros sectores de Bogotá. *Portafolio*. Recuperado el 20 de Octubre de 2016, de <http://www.portafolio.co/economia/china-town-comerciantes-chinos-aduenan-san-victorino-otros-sectores-bogota-496341>

Actualicese. (31 de diciembre de 2015). Obtenido de Tarifa del impuesto de renta se sostiene en el 25% en el 2016: <http://actualicese.com/actualidad/2015/12/31/tarifa-del-impuesto-de-renta-se-sostiene-en-25-en-el-2016/>

Actualícese.com. (2009). Derecho comercial. *¿Cuál es la multa por no renovar oportunamente el Registro Mercantil?* Recuperado de <http://actualicese.com/actualidad/2009/03/04/multa-por-no-renovar-registro-mercantil/>

Actualícese. (27 de diciembre de 2016). *Personas y obligaciones de quienes pertenecen al régimen común.* Recuperado el 28 de abril de 2017, de <http://actualicese.com/2014/05/30/personas-y-obligaciones-de-quienes-pertenecen-al-regimen-comun/>

Acuña. J. (2013, 17 de marzo). *Emprendimiento globalizado en Competitividad. [Las 4 Preci, producto, plaza y promoción].* Recuperado de <http://acualonit.overblog.com/las-4-p-prec-i-producto-plaza-y-promocion>

Asociación de academias de la lengua española, R. (s.f.). *Definición de depreciación.* Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=CFz1U2T>

Asociación de academias de la lengua española, R. (s.f.). *Definición de devengar.* Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=DbVCUjJ>

Asociación de academias de la lengua española, R. (s.f.). *Definición de suplir.* Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=Ym1mEfA>

Banco de la república - Colombia. (2013). *Protecciones macroeconómicas de analistas locales y extranjeros*. Obtenido de <http://www.banrep.gov.co/es/encuesta-proyecciones-macroeconomicas>

Banco de Comercio Exterior de Colombia S.A. (2013). *¿Qué es Pyme?*
BANCOLDEX. Recuperado de <https://www.bancoldex.com/Sobre-pymes/Que-es-Pyme.aspx>

Banco de la Republica, Colombia. (2013). Estadísticas. *Índice de precios al consumidor (IPC)*.
Recuperado de <http://www.banrep.gov.co/es/ipc>

Benjamín, & Fincowsky. (2009). *Organización de empresas* (Tercera ed.). México D.F:
Mc Graw Hill.

Bogotá cómo vamos. (17 de agosto de 2016). Recuperado el 18 de 03 de 2017, de Habitantes de calle: entre la atención integral y la tensión social:
<http://www.bogotacomovamos.org/blog/habitantes-de-calle-entre-la-atencion-integral-y-la-tension-social/>

Bohórquez, E. (21 de enero de 2088). Tecnología para la moda. *El Espectador*. Recuperado el 20 de marzo de 2017, de
<http://www.elespectador.com/impreso/cuadernilloa/negocios/articuloimpreso-tecnologia-moda>

Bustamante, J. (s.f). *Análisis vertical y análisis horizontal (Administración-Contabilidad).*

Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/2941779/Analisis-Vertical-y-Analisis-Horizontal-Administración-Contabilidad>

Caixa, L. (s.f.). *Definición de Liquidez.* Obtenido de

https://www.caixabank.es/particular/docs/diccionario/L_es.html#LIQUIDEZ

Caixa, L. (s.f.). *Definición de patrimonio.* Obtenido de Diccionario de términos económicos y financieros:

https://www.caixabank.es/particular/docs/diccionario/P_es.html#PATRIMONIO

Caixa, L. (s.f.). *Significado de ponderar.* Recuperado el 21 de abril de 2017, de Diccionario económico y financiero:

https://www.caixabank.es/particular/docs/diccionario/P_es.html#PONDERAR

Calcina, M. (31 de julio de 2013). *SlideShare.* Recuperado el 20 de 04 de 2017, de Estado de- resultado: <https://es.slideshare.net/mariocalcina1/estado-deresultado>

Cámara de comercio de Bogotá. (2017). *Tarifas de los registros de servicios públicos 2017.*

Recuperado el 02 de abril de 2017, de Matriculas y renovaciones: <http://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Tarifas-2017>

Cámara de comercio de Bogotá. (s.f.). *Descripción de actividades económicas (código CIIU)*.

Recuperado el 28 de ABRIL de 2017, de <http://linea.ccb.org.co/descripcionciiu/>

Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f). Actualización código CIIU (actividad económica).

¿Qué pasa si no actualizo mi código CIIU? Recuperado de

<http://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Registros-Publicos/Sobre-nuestros-registros/Matricula-mercantil/Renovacion-Matricula-Mercantil/Actualizacion-Codigo-CIIU-Actividad-Economica>

Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f). Clúster de prendas de vestir. *Pilares estratégicos del*

Clúster de Prendas de Vestir. Recuperado de <http://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Sobre-el-Clúster/Quienes-somos>

Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f). Nuevo código CIIU. *¿Qué es el código CIIU?*

Recuperado de http://recursos.ccb.org.co/ccb/instructivos/acerca_CIIU/01.html

Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f). Consulta y actualización de actividades económicas.

Recuperado de

<http://linea.ccb.org.co/descripcionciiu/Tienda/ActividadEconomica/Default.as>

px

Cánchala, J. E. (Dirección). (2016). *Punto de equilibrio para varios productos en excel 2013* [Película]. Recuperado el 21 de 04 de 2017, de <https://www.youtube.com/watch?v=SAbzKLktV0Y>

Caracol. (29 de septiembre de 2010). *Ley ambiental colombiana requiere cumplimiento por parte de las empresas para la preservación del medio ambiente*. Obtenido de http://caracol.com.co/radio/2010/09/29/ecologia/1285759620_364757.html

Chain, N. S. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos* (sexta ed.). McGraw-Hill Interamericana.

Colín, J. G. (2014). *Contabilidad de costos* (cuarta ed.). McGraw-Hill Interamericana.

Colormake. (s.f.). *La sublimación como técnica para transferir*. Obtenido de <https://colormake.com/la-sublimacion-como-tecnica-para-transferir-imagenes/>

Contrabando, un problema que está desangrando las arcas de la Nación. (24 de agosto de 2014). *El universal*. Recuperado el 06 de mayo de 2017, de <http://www.eluniversal.com.co/economica/contrabando-un-problema-que-esta-desangrando-las-arcas-de-la-nacion-168686>

Corporación universitaria minuto de Dios. (s.f.). *Ruta para la escritura y evaluación de textos académicos*. Obtenido de

file:///C:/Users/yeimy%20tavaera/Downloads/RUTA%20PARA%20LA%20ESCRITURA%20Y%20EVALUACION%20DE%20TEXTOS%20ACAD%20MICOS%20Final.pdf

Cortes, J. (07 de Diciembre de 2016). *Alcaldía mayor de Bogotá*. Recuperado el 18 de Noviembre de 2016, de En los últimos 12 meses la inflación en Bogotá fue del 8,7%: <http://www.bogota.gov.co/article/desarrollo-economico/en-los-ultimos-12-meses-la-inflacion-en-bogota-fue-del-8-7>

DANE. (2016). *Producto Interno Bruto (PIB) trimestral de Bogotá D.C. segundo trimestre de 2016*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2016, de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/Bogota/Bol_PIB_Bta_II_trim_16.pdf

Debitoor.es. (s.f). Glosario de contabilidad. *¿Qué es marketing mix?* Recuperado de <https://debitoor.es/glosario/definicion-marketing-mix>

Definiciónabc.com. (s.f). Economía. *Definición de viabilidad*. Recuperado de <http://www.definicionabc.com/economia/viabilidad.php>

Definiciónabc.com. (s.f). Economía. *Definición de costo*. Recuperado de <http://www.definicionabc.com/economia/costo.php>

Definición.org. (s.f). *Definición de cotero*. Recuperado de <http://www.definicion.org/cotero>

Devia, A y Ochoa, J. (2004). *Propuesta de abastecimiento de los puntos de venta de Surtimax desde el centro de distribución de granos*. (Tesis pregrado). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia. Recuperado de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/ingenieria/tesis58.pdf>

Dinero.com. (2015). Economía. *¿Por qué fracasan las empresas en Colombia?* Recuperado de <http://www.dinero.com/economia/articulo/pymes-colombia/212958>

Economía, E. A. (s.f.). *Definición de flujo de caja*. Obtenido de economía & negocios el mundo: <http://www.elmundo.com.ve/diccionario/fianza.aspx>

Economía, R. (30 de diciembre de 2015). Salario mínimo para el 2016 quedó en \$689.454. *El espectador*. Recuperado el 15 de noviembre de 2016

Ecourbia. (03 de marzo de 2016). Ecourbia ecología, economía y urbanismo. *Plan parcial de renovación urbana de San Victorino Bogotá*. Bogotá. Recuperado el 18 de marzo de 2017, de http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/OrdenamientoTerritorial/ArchivosPlanesParciales/PlanParcialSanVictorino/DTS_Febrero_2016_SVictorino.pdf

Editor. (s.f.). *Plantillasmil.com*. Obtenido de

<https://www.plantillasmil.com/shop/freedownload/1327868/c252825d05e0b34a4ff7f016e66876e/1>

El mundo.com. (s.f.). El ABC de la economía. *Flujo de caja*. Economía & negocios El mundo.

Recuperado de <http://www.elmundo.com.ve/diccionario/fianza.aspx>

El valor presente neto - VPN. (s.f.). Recuperado el 22 de Abril de 2017, de pymes futuro:

<http://www.pymesfuturo.com/vpneto.htm>

El economista .Es. (s.f.). *Definición de Arqueo*. Obtenido de

<http://www.eleconomista.es/diccionario-de-economia/arqueo>

Enciclopedia financiera. (s.f.). Finanzas. *Tasa Interna de Retorno*. Recuperado de

<http://www.encyclopediafinanciera.com/finanzas-corporativas/tasa-interna-de-retorno.htm>

Enciclopedia Universal. (2012). *Coser*. Recuperado de

http://enciclopedia_universal.esacademic.com/113105/coser

Estatuto tributario nacional, (s.f) *Artículo 499 [Titulo VIII]. Régimen simplificado. Quienes*

pertenecen a este régimen. Recuperado de <http://estatuto.co/?e=598>.

Estatuto tributario y de rentas del municipio de Soacha. (2010). *Decreto No 211 de 2010*.

Obtenido de http://www.soacha-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/65336436636635633532306433346433/Decreto_No._211_de_junio_17_de_2010.pdf

Estatuto tributario y de rentas del municipio de Soacha. (2016). *Decreto No 475*. Obtenido de

[http://soacha-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/65336436636635633532306433346433/Copia_de_DECRETO No. 475_](http://soacha-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/65336436636635633532306433346433/Copia_de_DECRETO_No_475_)

20

06

____CIIU____SOACHA.pdf

Explorable.com. (2009). Muestreo probabilístico. *Muestreo aleatorio*. Recuperado

de <https://explorable.com/es/muestreo-aleatorio?gid=1694>

Fenalco. (Mayo de 2010). *Perfil poblacional de Bogotá*. Recuperado el 18 de marzo de 2017,

de <https://es.slideshare.net/jhoyosapple1969/perfil-poblacional-bogota>

Gallardo, A. (29 de agosto de 2015). *Administración y la teoría clásica*. Recuperado el 20 de agosto de 2016, de Prezi: <https://prezi.com/dlbyu0ak8mhu/administracion-y-la-teoria-clasica/>

Garnica, C. H. (2009). *Fundamentos de marketing*. Pearson.

Gerencie.com. (12 de junio de 2010). Obtenido de Sistema Dupont: <https://www.gerencie.com/sistema-dupont.html>

Gerencie.com. (13 de junio de 2010). *Definición de Prueba ácida*. Obtenido de <https://www.gerencie.com/prueba-acida.html>

Gerencie.com. (13 de junio de 2010). *Definición de Rotación de cartera*. Obtenido de <https://www.gerencie.com/rotacion-de-cartera.html>

Gerencie.com. (12 de junio de 2010). *Margen de contribución*. Obtenido de <https://www.gerencie.com/margen-de-contribucion.html>

Gerencie.com. (s.f.). *Finalidad de la cuota de salvamento en depreciación*. Obtenido de <https://www.gerencie.com/finalidad-de-la-cuota-de-salvamento-en-la-depreciacion-de-activos.html>

Gerencie.com. (2010). Economía y finanzas. *Rentabilidad*. Recuperado de <https://www.gerencie.com/rentabilidad.html>

Gerencie.com. (2010). Contabilidad. *Rotación de inventarios*. Recuperado de <https://www.gerencie.com/rotacion-de-inventarios.html>

Gómez, O. (2005). Contabilidad de costos. (5ta. Ed. Revisada). Bogotá, Colombia: McGraw-Hill.

González, E. (2004). *Propuesta para el mejoramiento de los procesos productivos de la empresa SERVIOPTICA LTDA*. (Tesis pregrado). Pontificia universidad Javeriana, Bogotá, Colombia. Recuperado de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/ingenieria/tesis139.pdf>

Guzmán, A. (diciembre de 2010). *Que es un indicador financiero*. Recuperado el 23 de abril de 2017, de <http://indicadoresfinancierosagg615.blogspot.com.co/>

Headways.com. (s.f). Glosario mercadotecnia. *Tienda virtual*. Recuperado de <https://www.headways.com.mx/glosario-mercadotecnia/palabra/tienda-virtual/>

Heraldo, R. e. (23 de mayo de 2015). Colombia y China negociarán Tratado de Libre Comercio. *El Heraldo*. Recuperado el 23 de noviembre de 2016, de

<https://www.elheraldo.co/nacional/colombia-y-china-negociaran-tratado-de-libre-comercio-196434>

Ibarra, J. B. (Dirección). (2014). *Proyecciones de estados financieros* [Película]. Recuperado el 24 de abril de 2017, de <https://www.youtube.com/watch?v=w8VGz5dNvi4&t=23s>

Ibarra, J. B. (Dirección). (s.f.). *Proyecciones de estados financieros* [Película]. Recuperado el 24 de abril de 2017, de <https://www.youtube.com/watch?v=w8VGz5dNvi4&t=1728s>

Instituto Nacional de contadores públicos de Colombia. Principales indicadores financieros y de gestión. *Indicadores de análisis financiero*. Recuperado de <http://incp.org.co/Site/2012/agenda/7-if.pdf>

La inflación más alta de los últimos 7 años. (2016). *Dinero*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2017, de <http://www.dinero.com/economia/articulo/la-inflacion-alta-ultimos-anos/217685>

Lozano, R. (2014). “*Matrimonios empresariales por conveniencia*” *van de la mano*. El Tiempo. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-14933369>

Martínez, D. (2015). Publicidad ambulante. *No es como lo vemos, es lo que son*.

Recuperado de <http://pipe476.wixsite.com/publicidad-ambulante/proyecto>

Mendoza, R. (s.f). Investigación cualitativa y cuantitativa – Diferencias y limitaciones.

Investigación cualitativa. Monografias.com. Recuperado de
<http://www.monografias.com/trabajos38/investigacion-cualitativa/investigacion-cualitativa.shtml>

Ministerio del interior. (2009). *PUC plan único de cuentas para comerciantes*. Bogotá: Nueva legislación Ltda.

Ministerio de salud y protección social. (s.f). Actividades económicas CIU. Recuperado de
<https://www.minsalud.gov.co/Documentos%20y%20Publicaciones/RUAF%20ACTIVIDADES%20ECONOMICAS%20CIU.pdf>

Mora, L. (2009). *Qué es la desviación estándar y cómo interpretarla #1*. Recuperado de
<https://tradingcenter.wordpress.com/2009/11/11/que-es-la-desviacion-estandar-y-como-interpretarla-1/>

Morales, & Tavera. (2017). *Pronóstico de ventas año en curso, 2018 y 2019 en cantidades**. Morales, & Tavera. (2017). Análisis horizontal de ventas año 2015 versus 2016.

Morales, & Tavera. (2017). *Pronóstico de ventas año en curso, 2018 y 2019 en cantidades**. Morales, J. (2017). *ventas 2016*.

Morales, J., & Tavera, Y. (2017). Análisis horizontal de ventas año 2015 versus 2016.

Morales, J., & Tavera, Y. (2017). Cifras de ventas año 2015 y 2016 por diseño.

Morales, J., & Tavera, Y. (2017). Pronóstico de ventas año en curso, 2018 y 2019 en cantidades*.

Multibank. (s.f). Liquidez de la empresa. *La liquidez*. Recuperado de <https://www.multibank.com.co/aprender/laliquidez.html>

Neffa, G. (02 de Septiembre de 2014). *Saladeinversión*. Recuperado el 22 de abril de 2017, de El ROE y la fórmula Dupont: claves para identificar beneficios: <https://es.tradingfloor.com/articulos/el-roe-y-la-formula-dupont-claves-para-identificar-beneficios-1497729>

Otálora, C. (2017). *Tarifas aplicadas para los usuarios no aforados*. Ciudad limpia. Recuperado el 12 de marzo de 2017, de <http://www.ciudadlimpia.com.co/site/images/Tarifas/2017/Marzo/300317%20Tarifas%20no%20aforados%20Bogot%C3%A1%20marzo%202017%20-%20con%20720.pdf>

Pedraza, G. (07 de abril de 2012). *Teorías administrativas*. Recuperado el 20 de agosto de 2016, de Teoría Neoclásica de Peter Drucker:

<http://teoadministrativas1.blogspot.com.co/2012/04/teoria-neoclasica.html>

Pérez, J. (2008). Definición. De: *Definición de empresa*. Recuperado de <http://definicion.de/empresa/>

Pérez, J. (2009). Definición. De: *Definición de presupuesto*. Recuperado de <http://definicion.de/presupuesto/>

Pérez, J. y Gardey, A. (2010). Definición. De: *Definición de Ratio*. Recuperado de <http://definicion.de/ratio/>

Pérez, J. y Gardey, A. (2012). Definición. De: *Definición de percepción*. Recuperado de <http://definicion.de/percepcion/>

Pérez, J. y Gardey, A. (2012). Definición. De: *Definición de accesibilidad*. Recuperado de <http://definicion.de/accesibilidad/>

Pérez, J. y Gardey, A. (2015). Definición. De: *Definición de diversificación*. Recuperado de <http://definicion.de/diversificacion/>

Pérez, J. y Merino, M. (2009). Definición. De: *Definición de Micro empresa*. Recuperado de <http://definicion.de/micro-empresa/>

Pérez, J. y Merino, M. (2009). Definición. De: *Definición de organigrama*. Recuperado de <http://definicion.de/organigrama/>

Pérez, J. y Merino, M. (2012). Definición. De: *Concepto de producción*. Recuperado de <http://definicion.de/produccion/>

Pérez, J. y Merino, M. (2013). Definición. De: *Definición de utilidad*. Recuperado de <http://definicion.de/utilidad/>

Pérez, J. y Merino, M. (2014). Definición. De: *Definición de comerciante*. Recuperado de <http://definicion.de/comerciante/>

Pérez, J. y Merino, M. (2014). Definición. De: *Definición de mediana*. Recuperado de <http://definicion.de/mediana/>

Pérez, J. y Merino, M. (2014). Definición. De: *Definición de cuantitativo*. Recuperado de <http://definicion.de/cuantitativo/>

Pérez, S. (Noviembre de 2009). UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA. *Análisis e interpretación de estados financieros en una empresa de servicios de investigación de mercado*. Guatemala. Recuperado el 20 de Marzo de 2017, de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/03/03_3498.pdf

Permoda, L. (s.f.). Informa directorio de empresas. *Informe Permoda Ltda.* Bogotá, Colombia.

Recuperado el 18 de Noviembre de 2016, de

http://www.informacion-empresas.co/Empresa_PERMODA-LTDA.html

Plotter De Corte Graphtec Ce6000-60 Nueva Versión Japonés. (s.f.). Recuperado el 22 de abril de 2017, de Mercado libre Colombia 442244675-plotter-de-corte-graphtec-ce6000-60-nueva-version-japones-_JM

Portafolio. (29 de enero de 2017). Colombianos pagaron más intereses por compras a crédito en 2016. *Portafolio*. Recuperado el 23 de marzo de 2017, de <http://m.portafolio.co/mis-finanzas/colombianos-pagaron-mas-intereses-por-compras-a-credito-en-2016-503038>

Portal educativo. (2012). *Media, Moda y Mediana para datos agrupados*. Recuperado de <https://www.portaleducativo.net/octavo-basico/792/Media-moda-y-mediana-para-datos-agrupados>

¿Por qué fracasan las pymes en Colombia? (2015). *Dinero*. Recuperado el 06 de mayo de 2017, de <http://www.dinero.com/economia/articulo/pymes-colombia/212958>

Proyecciones macroeconómicas de analistas locales y extranjeros. (s.f.). Recuperado el 24 de abril de 2017, de Banco de la república: <http://www.banrep.gov.co/es/encuesta->

proyecciones-macroeconómicas

Puc. (s.f.). *Definición de mano de obra*. Obtenido de <http://puc.com.co/72>

PUC Plan único de cuentas. (s.f.). Obtenido de <http://puc.com.co/>

QueSignifica.org. (s.f.). *¿Qué significa el declive?* Recuperado de <http://www.quesignifica.org/declive/>

RAE, A. d. (s.f.). *Definición de periodicidad*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=SdLRk5C>

RAE, A. d. (s.f.). *Definición de stock*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=YUB49E7>

Ramírez, L. (08 de agosto de 2010). *Formulas indicadores financieros*. Recuperado el 23 de abril de 2017, de scribd.com: [https://es.scribd.com/doc/35564099/Formulas-Indicadores- Financieros](https://es.scribd.com/doc/35564099/Formulas-Indicadores-Financieros)

Real academia española. (2017). *Diccionario de la lengua española*. Edición del tricentenario. *Conceder*. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=A6X6Zm4>

Real academia española. (2017). *Diccionario de la lengua española*. Edición del tricentenario. *Cuantificar*. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=BS67y2r>

Real academia española. (2017). Diccionario de la lengua española. Edición del tricentenario.

Optimizar. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=R7YxPPp>

Real academia española. (2017). Diccionario de la lengua española. Edición del tricentenario.

Periódico. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=SdLXckw>

Real academia española. (2017). Diccionario de la lengua española. Edición del tricentenario.

Plotear. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=TQHfmXG>

Real academia española. (2017). Diccionario de la lengua española. Edición del tricentenario.

Preventivo. <http://dle.rae.es/?id=U9SMCY9>

Real academia española. (2017). Diccionario de la lengua española. Edición del tricentenario.

Retazo. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=WGhuN4i>

Real academia española. (2017). Diccionario de la lengua española. Edición del tricentenario.

Stock. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=YUB49E7>

Real academia española. (2017). Diccionario de la lengua española. Edición del tricentenario.

Trazo. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=aY9jLCN>

Redacción. (02 de mayo de 2014). Tres pasajeros por carro para transitar por el centro.

El tiempo. Recuperado el 18 de Noviembre de 2016, de

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13916200>

Redacción El País. (2014). Economía. *Contrabando, un problema que está desangrando las arcas de la Nación*. El país.com.co Recuperado de <http://www.elpais.com.co/economia/contrabando-un-problema-que-esta-desangrando-las-arcas-de-la-nacion.html>

Ruiz, A. (2008, 24 de noviembre). Alianzas estratégicas Anahis RR. [Ejemplos de contratos de alianzas estratégicas]. Recuperado de <http://alianzasestrategicasanahisrr.blogspot.com.co/>

Salinas, A. Los costos. *Sistemas de costeo*. Recuperado de <http://www.loscostos.info/sistemas.html>

Secretaria distrital de hacienda. (s.f.). *Calendario tributario*. Obtenido de <http://www.shd.gov.co/shd/calendario-tributario>

Selmasong, B. (s.f). Segmentación de Mercados y posicionamiento. *Segmentación de mercado*. Monografias.com. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos13/segmenty/segmenty.shtml>

Sepúlveda, C. (2008). *La franquicia*. Gerencie.com. Recuperado de <https://www.gerencie.com/la-franquicia.html>

Significados.com. (s.f). Significado de utilidad. *Que es utilidad*. Recuperado de <https://www.significados.com/utilidad/>

SlideShare. (2012). Descripción de datos. *Datos agrupados y no agrupados*. Recuperado de <https://es.slideshare.net/pbacelis/datos-agrupados-y-no>

Subgerencia Cultural del Banco de la Republica. (2015). Economía. *Ingresos*. Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/ingresos>

Técnicas de estudio.org. (s.f). Metodología de la investigación. *¿Cuáles son los tipos de diseño de investigación no experimentales?* Recuperado de <http://www.tecnicas-de-estudio.org/investigacion/investigacion38.htm>

ThefreeDictionary.com. (2013). Fluctuaciones. *Fluctuación*. Recuperado de <http://es.thefreedictionary.com/fluctuaciones>

TiedCOMM, S. de R.L. de C.V. (s.f). Generación de indicadores irrefutables y en línea. Balance ScoreCard. *Concepto de Balanced ScoreCard*. Recuperado de <http://www.infoviews.com.mx/Bitam/ScoreCard/>

Teorías administrativas. (2012). Teoría clásica. Fundador Henry Fayol. [Procesos administrativos]. Recuperado de <http://teoriasadministrativass.blogspot.com.co/p/fundador-henry-fayol-henry-o->

henri.html

Universidad Externado de Colombia. (s.f.). *Manual de citación de normas APA*. Recuperado el 28 de Abril de 2017, de <http://biblioteca.uexternado.edu.co/b1B11073k4/wp-content/uploads/Manual-de-citaci%C3%B3n-APA-v7.pdf>

Universidad Interamericana de Puerto Rico-Recinto de Ponce. (s.f). Salvavidas. *El bosquejo*. Recuperado de <http://ponce.inter.edu/acad/cursos/peg/scsg2203/Bosquejo.htm>

Valderrama Luz, C. A. (2014). *Aulas uniminuto.edu*. Recuperado el 22 de marzo de 2017, de http://aulas.uniminuto.edu/distancia/pregrado/pluginfile.php/1858659/mod_resource/content/1/manual.pdf

Vaquiroy C, J. (2013). *El valor Presente Neto-VPN*. Pymes Futuro. Recuperado de <http://www.pymesfuturo.com/vpneto.htm>


Vignoni, A. (08 de abril de 2014). *T.I.R Y V.A.N explicación sencilla*. Recuperado el 22 de abril de 2017, de <https://www.youtube.com/watch?v=eS3rNHgPadc>

Vitutor.com (2010). Estadística. *Definición de estadística*. Recuperado de http://www.vitutor.com/estadistica/descriptiva/a_1.html

Wix.com. (s.f). Tú presencia online de manera simple. *Nosotros*. Recuperado de <http://es.wix.com/about/us>

Anexos

1. Impuesto predial unificado



IMPUESTO PREDIAL UNIFICADO

FACTURA DE COBRO No.
1438044

| | | |
|--------------------------------|--------------------|--------------------------|
| PERIODO FACTURADO 2016-2016 | USUARIO PREDIAL | EXPEDICION 18-01-2016 |
|--------------------------------|--------------------|--------------------------|

| | | | | | | | |
|--|------------------------|--|-----------------------|------------------------|---|-------------------------|--|
| CEDULA CATASTRAL 01-01-00-00-0919-0029-5-00-00-0009 | | | | MATRICULA INMOBILIARIA | | | |
| DIRECCION DEL PREDIO C 26 21A 03 Mz E Lo 26 | | DIRECCION DE COBRO CL 40 S 8D 03 MJ 9.BARRIO:SAN NICOLAS, | | COD. POSTAL | | NIT O CEDULA 1052620 | |
| DESTINO ECONOMICO A - HABITACIONAL | AVALUO \$34,295,000 | AREA TERR. 0 M2 | AREA CONST. 132 M2 | TARIFA 0.0060 | NOMBRE O RAZON SOCIAL JORGE HILDEBRAND TAVERA MALDONAD | | |

DETALLE DE LA LIQUIDACION

| CONCEPTOS | VIGENCIA | AVALUO | TARIFA | VENCE 31-enero-2016 | | VENCE 29-febrero-2016 | | VENCE 31-marzo-2016 | |
|-------------------|----------|------------|--------|---------------------|---------|-----------------------|---------|---------------------|---------|
| | | | | CAPITAL | INTERES | CAPITAL | INTERES | CAPITAL | INTERES |
| Predial Unificado | 2016 | 34,295,000 | 0,0060 | 206,000 | 0 | 206,000 | 0 | 206,000 | 0 |
| Descuento | 2016 | 0 | 0,0000 | -30,900 | 0 | -30,900 | 0 | -30,900 | 0 |
| TOTALES | | | | 175,100 | | 175,100 | | 175,100 | |


PAGUE UNICAMENTE EN EFECTIVO O CHEQUE DE GERENCIA EN LAS SIGUIENTES ENTIDADES FINANCIERAS:
BANCO DE BOGOTA, BANCOLOMBIA, BANCO POPULAR, BANCO DE OCCIDENTE, GAVIMENDA, CAJA SOCIAL, COLPATRIA, FICHINCHA

Este documento no corresponde a una liquidación Oficial.


ALCALDIA DE SOACHA

Contribuyente

CEDULA CATASTRAL



010100000919002950000009






IMPUESTO PREDIAL UNIFICADO

PERIODO
2016 | 2016

FACTURA DE COBRO No.
1438044

| | | |
|------------------------|------------------------------------|--|
| SECRETARIA DE HACIENDA | DIRECCION DE IMPUESTOS MUNICIPALES | CEDULA 01-01-00-00-0919-0029-5-00-00-0009 |
|------------------------|------------------------------------|--|

| | | |
|---|---|--|
| PAGO HASTA: VENCE 31-enero-2016 VALOR: 175,100  (415)7709998013551(8020)000001438044(3900)00000000175100/96/20160131 | 1 | FECHA DE PAGO: DIA MES AÑO MONEDA: CHEQUE DE GERENCIA No. VALOR CHEQUE VALOR EFECTIVO |
| PAGO HASTA: VENCE 29-febrero-2016 VALOR: 175,100  (415)7709998013551(8020)000001438044(3900)00000000175100/96/20160229 | 2 | |
| PAGO HASTA: VENCE 31-marzo-2016 VALOR: 175,100  (415)7709998013551(8020)000001438044(3900)00000000175100/96/20160331 | 3 | |

Dirección de Impuestos Municipales

2. Encuesta a proveedores

5/4/2017

Encuesta a proveedores

Encuesta a proveedores

En este formulario encontrará preguntas de tipo informativo con el fin de conocer diferentes percepciones sobre diversos aspectos con relación a D'Origins

*Obligatorio

1. ¿D'Origins cumple adecuadamente con los términos establecidos en el pago pactado de insumos? *

Marca solo un óvalo.

- sí
 no

2. ¿Su relación con D'Origins le ofrece perspectivas de crecimiento? *

Marca solo un óvalo.

- sí
 no

3. ¿Considera a D'Origins una valiosa referencia de sus insumos en el mercado? *

Marca solo un óvalo.

- sí
 no

4. ¿Indique cuál ha sido el comportamiento de la compra de material que ha realizado D'Origins con ustedes? *

Marca solo un óvalo.

- fluctuante
 constante
 constante en crecimiento
 decreciente

5. Según el comportamiento de pago de D'Origins, ¿estaría dispuesto a ampliar los tiempos de pago? *

Marca solo un óvalo.

- sí
 no

6. ¿A partir de que metraje estaría usted dispuesto a llevar el pedido a domicilio? *

Marca solo un óvalo.

- 1000 - 3000
 3001 - 6000
 6001 - 9000

5/4/2017

Encuesta a proveedores

7. ¿Recomendaría a D'Origins frente a otros proveedores? **Marca solo un óvalo.* sí no**8. ¿Estaría dispuesto a emitir facturas que cumplan con los parámetros legales para efectos de control y certificación de compra? ****Marca solo un óvalo.* sí no

Con la tecnología de
 Google Forms

3. Encuesta a clientes

5/4/2017

ENCUESTA CLIENTES

ENCUESTA CLIENTES

En este formulario encontrará preguntas de tipo informativo con el fin de conocer diferentes percepciones sobre diversos aspectos con relación a D'Origins

1. ¿Cuánto tiempo lleva siendo cliente de D'Origins?

Marca solo un óvalo.

- 1 año o menos
- 2 a 4 años
- 4 a 6 años
- mas de 6 años

2. ¿Con qué frecuencia compra chaquetas en D'Origins?

Marca solo un óvalo.

- Una vez a la semana
- Dos veces a la semana
- Cada quince (15) días
- Una vez al mes

3. ¿Cuál es el diseño que más compra?

Marca solo un óvalo.

- evolution
- combinada
- malla combinada
- origins
- quality
- zafiro

4. ¿Cuál es el fondo de chaqueta que usted más compra?

Marca solo un óvalo.

- negro
- gris
- verde
- azul petroleo

5/4/2017

ENCUESTA CLIENTES

5. ¿Cuál es el color de combinado que más compra?*Marca solo un óvalo.*

- azul agua
- azul rey
- azul petróleo
- rojo
- gris oscuro
- gris perla
- verde jade
- verde pistacho
- naranja
- naranja fluorescente
- verde fluorescente
- mostaza
- vino tinto

6. Según su experiencia, ¿qué características quisiera encontrar en los productos D'Origins?*Marca solo un óvalo.*

- chaqueta con capota
- chaqueta con capota de quitar
- chaqueta con mangas retirables
- chaquetas de tipo rompe vientos
- chaquetas acolchadas
- chaquetas en algodón
- chalecos
- ninguna

7. Si el precio del producto incrementa, ¿cuánto más estaría dispuesto a pagar?*Marca solo un óvalo.*

- DE 1000 A 2000 M/CTE
- DE 2001 A 3000 M/CTE
- 3000 pesos o más
- no estaría dispuesto a pagar más

8. ¿Le gustaría a usted que D'Origins implementara diversos canales de venta para hacer más fácil el acceso al producto?*Marca solo un óvalo.*

- sí
- no

5/4/2017

ENCUESTA CLIENTES

9. si a la pregunta anterior usted respondió afirmativamente: ¿Cuál de los siguientes canales de venta le parece a usted el más indicado?

Marca solo un óvalo.

- facebook
- whatsapp
- correo electronico

10. De implementarse el servicio de envío, ¿estaría usted dispuesto a pagar por el flete, solo cuando el envío sea fuera de la ciudad de Bogotá?

Marca solo un óvalo.

- si
- no

11. ¿Califique la atención recibida por parte de los vendedores de D'Origins?

Marca solo un óvalo.

- mala
- regular
- buena
- muy buena

Con la tecnología de
 Google Forms

