



**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER**

**FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES**

**TECNOLOGÍA EN COMERCIO INTERNACIONAL**

**PLAN DE NEGOCIOS, EXPORTACION DE JEANS JEMA**

**ECO JEANS S.A.S.**

**PRÁCTICA PROYECTO Y PLAN DE NEGOCIOS**

**LEIDY MELISSA RODRÍGUEZ SÁNCHEZ**

**JESSICA SÁNCHEZ PÉREZ**

**PROFESOR GUÍA: MILTON TORO**

2017

## **AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar le agradecemos a Dios por acompañarnos y guiarnos en toda nuestra carrera, por brindarnos fortaleza para continuar en todas las etapas de nuestras vidas; en segundo lugar a nuestras familias que nos apoyaron en todo este proceso y por los valores que nos han inculcado; agradecemos a la Universidad y a nuestros profesores que por medio de sus enseñanzas pudimos realizar nuestro proyecto de grado y culminar nuestros estudios y además agradecemos a quienes han hecho parte de este proceso, guiándonos y acompañándonos.

## INDICE

AGRADECIMIENTOS .....	2
LISTA DE ILUSTRACIONES .....	7
LISTA DE TABLAS.....	8
GLOSARIO.....	9
ABSTRACT.....	12
RESUMEN.....	13
INTRODUCCIÓN .....	14
CAPÍTULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA.....	15
1.1 NOMBRE DE LA EMPRESA Y MARCA: .....	15
1.1.1 NOMBRE DE LA EMPRESA: JEMA ECO JEANS S.A.S .....	15
1.1.2 NOMBRE DE LA MARCA: JEMA ECO JEANS .....	15
1.2 TIPO DE EMPRESA: .....	16
1.2.1 JEMA ECO JEANS S.A. S: .....	16
1.4 VISIÓN Y MISIÓN DE LA EMPRESA .....	18
1.4.1 MISIÓN: .....	18
1.4.2 VISIÓN: .....	19
1.5 RELACIÓN PRODUCTOS Y/O SERVICIOS: .....	19
1.7 TRÁMITES Y COSTOS.....	21
CAPÍTULO II. ANÁLISIS DEL MERCADO OBJETIVO .....	23
2.1 PRESELECCION DE MERCADO: .....	24
Matriz DOFA .....	24
2.1.1. ANÁLISIS ECONÓMICO: .....	24
2.1.1.1. Perspectiva Económica: .....	30
2.1.1.2. Mercado textil femenino en España: .....	30
2.1.2 ENTORNO POLÍTICO Y LEGAL: .....	31
2.1.2.1 Tipo de gobierno: .....	32
2.1.2.2 Índice de facilidad de hacer negocios: .....	32
2.1.2.3 Índice de percepción de corrupción: .....	32
2.1.2.3 Índice de competitividad .....	33
2.1.2.4 Riesgo Político: .....	34
2.1.2.5 Rule of law: .....	34

2.1.2.6	Arancel: El arancel aplicable para el mercado español es del.....	35
2.1.2.7	IVA:.....	35
2.2	Sector o industria:.....	40
2.2.7	Factores claves de éxito del negocio:.....	40
2.2.8	Cadena de valor industrial:.....	40
•	Abastecimiento:.....	40
•	Infraestructura:.....	41
•	Dirección de recursos humanos: La.....	41
•	Desarrollo de tecnología, investigación y desarrollo:.....	41
2.2.9	Barreras.....	41
2.2.9.1	Barreras de ingreso:.....	41
•	Economías de escala:.....	41
•	Diferenciación del producto:.....	42
•	Canales de distribución: En.....	42
•	Rivalidad en los competidores:.....	42
2.2.9.2	Barreras de salida:.....	42
2.2.10	Competidores:.....	42
2.2.11	Poder de negociación:.....	43
Clientes:.....	43	
Proveedores:.....	43	
2.2.12	Amenaza de nuevos productos sustitutos:.....	44
Productos sustitutos específicos:.....	44	
CAPÍTULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO.....		45
3.1	Objetivos de Mercadeo:.....	45
3.2	Perfil del Mercado Potencial de los Bienes y/o Servicios:.....	46
3.3	Cuantificación del mercado Meta para los Bienes y/o Servicios:.....	50
3.4	Mercado Competidor:.....	50
3.5	Mercado Distribuidor:.....	52
3.5.1	Distribución Directa:.....	53
3.5.2	Distribución a través de terceros:.....	53
3.7	Plan de Ventas:.....	58
CAPÍTULO IV. TRATADOS COMERCIALES.....		59
4.1	Tratados comerciales:.....	59

4.2 Posiciones arancelarias y beneficios arancelarios: .....	60
4.3 Requisitos y vistos buenos: .....	62
<b>CAPÍTULO V. ANÁLISIS TÉCNICO</b> .....	<b>71</b>
5.1 Descripción del proceso de producción: .....	71
5.2 Capacidad de producción: .....	73
5.3 Plan de Producción:.....	74
5.4 Recursos materiales y humanos para la producción:.....	74
5.4.1 Locación del maquilador:.....	74
5.4.2 Requerimientos de maquinaria:.....	77
5.4.3 Requerimientos de insumos: .....	80
<b>CAPÍTULO VI. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO</b> .....	<b>81</b>
6.1 Estructura Organizacional del Negocio.....	82
6.1.1 Organigrama Estructura Organizacional y Estructura de Personal .....	82
6.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio:.....	83
6.2.1 Locaciones Empresa:.....	83
6.2.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres:.....	84
8.2.1. Valor Presente Neto: .....	86
8.2.2. Tasa Interna de Retorno (TIR): .....	87
8.3 Créditos y Préstamos Bancarios:.....	88
8.4 Precios de los Productos.....	88
8.4.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos.....	88
8.4.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos.....	89
8.5 Ingresos y Egresos.....	90
8.5.1 Ingresos .....	90
8.5.2 Egresos .....	91
8.5.2.1 Inversiones .....	91
8.5.2.2 Costos Fijos y Variables.....	91
8.5.3 Estados Financieros.....	92
8.5.3.1 Estado de Perdida y Ganancias y Balance General.....	92
8.5.3.2 Flujo de Caja y Evaluación Financiera.....	93
8.5.4 Estados Financieros Proyectados y Análisis de Sensibilidad.....	94
8.5.4.1 Análisis de Sensibilidad .....	94
8.6 Conclusión Financiera.....	95

ANEXOS.....	96
CONCLUSION.....	97
BIBLIOGRAFIA.....	98

## LISTA DE ILUSTRACIONES

	Pág.
Ilustración 1 Consulta del nombre en la Cámara de Comercio .....	15
Ilustración 2 Búsqueda de marca .....	16
Ilustración 3 Mercado textil femenino en España .....	30
Ilustración 4 Índice de percepción de corrupción en España .....	33
Ilustración 5 Índice de competitividad .....	33
Ilustración 6 Indicadores rule of law .....	34
Ilustración 7 Habitantes por ciudad.....	46
Ilustración 8 Población de desempleados en Madrid .....	48
Ilustración 9 Tasa de EPA en Madrid por sexo y edad .....	48
Ilustración 10 Mercado distribuidor.....	52
Ilustración 11 Requisitos para el beneficio arancelario.....	61
Ilustración 12 Feria MOMAD.....	63
Ilustración 13 Ubicación feria MOMAD .....	64
Ilustración 14 Tarifas de participación en la feria.....	65
Ilustración 15 Tiquetes aéreos.....	67
Ilustración 16 Cotización FEDEX.....	69
Ilustración 17 Proceso de producción .....	71
Ilustración 18 Proceso de comercialización .....	72
Ilustración 19 Planos de distribución .....	75
Ilustración 20 Planos de distribución oficina .....	76
Ilustración 21 Cotización oficina de comercialización .....	76
Ilustración 22 Estructura organizacional.....	82

## LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1 Trámites y costos.....	21
Tabla 2 Competidores ZARA .....	51
Tabla 3 Competidores MANGO Fuente: Elaboración propia.....	51
Tabla 4 Competidores H&M.....	51
Tabla 5 Competidores BERSHKA Fuente: Elaboración propia .....	52
<i>Tabla 6 Costos.....</i>	53
Tabla 7 Distribuidor en España Moda de Colombia .....	53
Tabla 8 Distribuidor en España Latín Moda .....	54
Tabla 9 Distribuidor en España Kpricho's.....	54
Tabla 10 Costos promocionales .....	55
Tabla 11 Proyección de ventas anual .....	58
Tabla 12 Discriminación valores de cotización .....	71
Tabla 13 Maquinaria implementada.....	72
Tabla 14 Insumos .....	73
Tabla 15 Capacidad de producción .....	74
Tabla 16 Plan de producción.....	74
Tabla 17 Maquinaria utilizada por el maquilador .....	77
Tabla 18 Enseres necesarios para comercialización.....	79
Tabla 19 Materia prima e insumos .....	80
Tabla 20 Cargos empresariales .....	82
Tabla 21 Requerimientos de enseres .....	84
Tabla 22 Requerimientos de insumo .....	84
Tabla 23 Costos variables .....	89
Tabla 24 Costos Fijos.....	90
Tabla 25 Estado de resultados.....	91
Tabla 26 Modelo Financiero costos fijos y variables.....	91
Tabla 27 Estado de pérdidas y ganancias .....	92
Tabla 28 Balance general .....	93
Tabla 29 Flujo de caja .....	94
Tabla 30 Análisis de sensibilidad precio disminución 10% .....	94
Tabla 31 Análisis de sensibilidad unidades disminución 10%.....	95
Tabla 32 Análisis de sensibilidad precio disminución 20% Fuente: Elaboración propia.....	95
Tabla 33 Análisis de sensibilidad unidades disminución 20%.....	95



## GLOSARIO

- **Índice de Gini:** El coeficiente de Gini es una medida de la desigualdad ideada por el estadístico italiano Corrado Gini. Normalmente se utiliza para medir la desigualdad en los ingresos, dentro de un país, pero puede utilizarse para medir cualquier forma de distribución desigual. El coeficiente de Gini es un número entre 0 y 1, en donde 0 se corresponde con la perfecta igualdad (todos tienen los mismos ingresos) y donde el valor 1 se corresponde con la perfecta desigualdad (una persona tiene todos los ingresos y los demás ninguno).

El índice de Gini es el coeficiente de Gini expresado en referencia a 100 como máximo, en vez de como 1, y es igual al coeficiente de Gini multiplicado por 100. Una variación de dos céntesimas del coeficiente de Gini (o dos unidades del índice) equivale a una distribución de un 7% de riqueza del sector más pobre de la población (por debajo de la mediana) al más rico (por encima de la mediana).

Aunque el coeficiente de Gini se utiliza sobre todo para medir la desigualdad en los ingresos, también puede utilizarse para medir la desigualdad en la riqueza.

- **Doing Business:** Analiza y compara las normas que regulan las actividades de las pequeñas y medianas empresas locales a lo largo de su ciclo de vida. Al recopilar y analizar detalladamente datos cuantitativos para comparar en el tiempo los marcos reguladores de distintas jurisdicciones, Doing Business estimula la competencia entre las economías analizadas. También ofrece índices ponderables para incentivar procesos reformadores y constituye un recurso útil para investigadores universitarios, periodistas, investigadores del sector privado y otras personas interesadas en el clima empresarial de cada país.

Además, Doing Business ofrece detallados informes del ámbito subnacional, que cubren de manera exhaustiva la regulación y las reformas de las empresas

en diferentes ciudades y regiones de una economía o país. Estos informes proporcionan datos sobre la facilidad para hacer negocios, clasifican cada localidad y recomiendan reformas para mejorar los resultados en cada una de las áreas de los indicadores. Algunas ciudades pueden comparar sus regulaciones empresariales con otras ciudades vecinas y con las {DBEconomies} economías que ha clasificado Doing Business.

- **Barreras de ingreso:** Las Barreras de entrada a un mercado son obstáculos de diversos tipos que complican o dificultan el ingreso a un mercado de empresas, marcas o productos nuevos. Pueden existir barreras de carácter económico, legal o incluso relacionado con ámbitos como la ética o la imagen pública. Las barreras a la entrada generalmente suelen estar relacionadas con diferentes puntos importantes como el tamaño del sector en el que entrar, sus principales canales de distribución o la preparación necesaria para el personal participante y que es necesario
- **Ferias especializadas:** Las ferias internacionales son grandes eventos comerciales de exhibición de productos y servicios, organizados con el objetivo de facilitar las transacciones comerciales entre países. Dicho instrumento brinda una inmejorable oportunidad para desarrollar e incrementar las exportaciones. Constituyen una instancia única para promover productos y/o servicios, realizar contactos de negocios con personas de todas partes del mundo - o al menos de la región económica en que ésta se realiza - además de presentar la imagen de un país, sus ventajas económico-comerciales y sus características culturales. Tipos de Ferias Internacionales. Los tipos de ferias internacionales se podrían agrupar de acuerdo a los siguientes conceptos:

- **Ferias Monográficas.** Son aquellas especializadas en productos y/o servicios de un sector productivo. Ej.: Ferias del vino: Vinexpo, en Francia y London Wine, en Reino Unido; Ferias del libro: FIL de Guadalajara, en México.
- **Ferias Generales:** Son aquellas en las que se presentan productos y/o servicios de diversos sectores productivos. Ej.: Feria Expocruz, en Santa Cruz, Bolivia.
- **Exposiciones Universales:** Son eventos en los que participan todos los países del mundo para dar a conocer sus características más importantes. Cada una de estas ferias se organiza en torno a una temática central. Ej.: Expo Lisboa '98, en Portugal.

## **ABSTRACT**

In this study there will be evaluated the business plan of an exporting company of jeans, that starts in the creation of a society, the commercialization of the jean and the exportation of this one, it would be a study that helps us to realized on the acceptance of the jean on a new target market.

The new target market for the company JEMA ECHO JEANS S.A. S is Madrid Spain, It is a wide market and with a lot of possibilities for the incursion on the whole European market, in the study a sales projection is observed to five years, at a big growth level with a percentage of profitability that allows to the company to grow and to be supported on the market of the textile industry.

Spain has a cultural and social diversity of propitious for JEMA ECO JEANS S. A. S, there we find different growth strategies to sales, this added value allows the jean of the company to not have a product substitute, hence, and this is something positive because there is no product that affects the fulfillment of the indicators of the company.

Finally there differs for offering a jean who is a friendly and benefit to the environment and reduces the production costs who identifies for its textiles frees of chemicals that take care to the environment and that one turns into a sustainable fashion.

## RESUMEN

En este estudio se evaluará el plan de negocios de una empresa exportadora de jeans, desde la creación de una sociedad, la comercialización de un jean y su exportación al exterior; se realizará un estudio de mercados sobre la aceptación del jean en el mercado objetivo con su factor diferenciador.

El mercado objetivo para la empresa JEMA ECO JEANS S.A.S es Madrid España, ya que, es un mercado amplio y con grandes posibilidades para la incursión en todo el mercado europeo, en el estudio se observa una proyección de ventas a cinco años, con un gran nivel de crecimiento y con un porcentaje de rentabilidad que le permite a la empresa crecer y mantenerse en el mercado de la industria textil.

La diversidad cultural y social de España propicia a que JEMA ECO JEANS S.A.S encuentre diferentes estrategias de crecimiento en ventas, logrando que el jean sea atractivo ante una población diferente por su proceso de nana tecnología, este valor agregado permite que el jean de la compañía no tenga un producto sustituto, por ende, no tiene una amenaza que afecte el cumplimiento de los indicadores de la empresa.

En el análisis financiero se observó que el proyecto es viable a un futuro, tiene gran acogida en el mercado extranjero y gran estabilidad en el mercado nacional.

Para finalizar JEMA ECO JEANS S.A.S se distingue por ofrecer un jean que es eco-amigable, lo cual beneficia al medio ambiente y reduce los costos de producción, obteniendo como resultado un jean que se identifica por sus tejidos libre de productos químicos que cuiden al medio ambiente y que se convierta en una moda sostenible.

## INTRODUCCIÓN

Mediante el presente trabajo, se realizó un plan de exportación para la empresa JEMA ECO JEANS S.A.S, acerca de producto con un valor agregado, el cual es un jean que es eco-amigable, por el tipo de tela que pasa por un proceso de nano tecnología y por ende favorece al medio ambiente.

Este proyecto busca la comercialización de este nuevo producto, mediante el estudio de mercado y análisis de factibilidad para exportar hacia el mercado español la prenda de JEMA ECO JEANS S.A.S.

El proceso de nano tecnología permite que la tela del jean obtenga una fibra capaz de repeler los átomos de hidrógeno, logrando así que cualquier cosa que contenga agua, no será capaz de tocar, ni ensuciar la prenda.

Por lo tanto se busca que esta nueva marca se pueda posicionar rápidamente en el mercado español, puesto que es un jean que ofrece al usuario la comodidad de no mancharse y evita que se incorpore algún tipo de líquido, creando una nueva tendencia para el futuro de la moda.

## CAPÍTULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

### 1.1 NOMBRE DE LA EMPRESA Y MARCA:

#### 1.1.1 NOMBRE DE LA EMPRESA: JEMA ECO JEANS S.A.S

Se seleccionó el nombre de la empresa teniendo en cuenta, que es original y representa como está direccionada la empresa, utilizando JEMA como conjugación de los nombres de las socias, ECO por su compromiso con el medio ambiente y JEANS a fin de ser una empresa dedicada a la fabricación y distribución de Jeans.

*Ilustración 1 Consulta del nombre en la Cámara de Comercio*

The screenshot shows the RUES website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Inicio', 'Consultas', 'Veedurías', and 'Servicios Virtuales'. The main content area features a search form with the following elements:

- Search criteria tabs: 'Razón Social Nombre', 'Razón Social Palabra Clave', 'Número de Identificación', 'Matrícula Mercantil', and 'Registro Nacional de Turismo'.
- Search instructions: 'Los resultados de la consulta por nombre siempre se mostrarán en orden alfabético, y retorna todos aquellos comerciantes cuya razón social o sigla inicie con las palabras ingresadas. Instrucciones adicionales para la consulta de Homonomia y Condiciones de Uso'.
- Search input: 'Razón social: JEMA ECO JEANS'.
- Search button: 'Consultar'.
- Warning box: 'Advertencia: La consulta por Nombre no ha retornado resultados'.
- Legend: 'RM - Registro Mercantil', 'RUP - Registro Único de Proponentes', 'ESAL - Entidad Sin Animo de Lucro', 'RNT - Registro Nacional de Turismo'.
- Footer: 'CONFECAMARAS - Gerencia Registro Único Empresarial y Social Av. Calle 26 # 57-41 Torre 7 Of. 1501 Bogotá, Colombia'.

. Fuente: [http://www.rues.org.co/rues\\_web/consult](http://www.rues.org.co/rues_web/consult)

#### 1.1.2 NOMBRE DE LA MARCA: JEMA ECO JEANS

Se estableció la marca JEMA ECO JEANS, porque el nombre se considera atractivo, fácil de recordar, simple y además muestra como esta direccionada la empresa, ya

que uno de nuestros propósitos es establecer nuestra marca en un mercado enfocado en cuidar el medio ambiente, sin dejar atrás los valores estéticos que determinan la elegancia, distinción y estilo de una mujer.

*Ilustración 2 Búsqueda de marca*



**Buscador Internacional de Marcas**  
Motores de Búsqueda de Marcas a nivel mundial

**Buscar por:**  Nombre de Marca  Número de Registro

Input: jema eco jeans

**Seleccione País:** España

**Seleccione Clase:**

<input checked="" type="checkbox"/> 1	<input checked="" type="checkbox"/> 2	<input checked="" type="checkbox"/> 3	<input checked="" type="checkbox"/> 4	<input checked="" type="checkbox"/> 5	<input checked="" type="checkbox"/> 6	<input checked="" type="checkbox"/> 7	<input checked="" type="checkbox"/> 8	<input checked="" type="checkbox"/> 9
<input checked="" type="checkbox"/> 10	<input checked="" type="checkbox"/> 11	<input checked="" type="checkbox"/> 12	<input checked="" type="checkbox"/> 13	<input checked="" type="checkbox"/> 14	<input checked="" type="checkbox"/> 15	<input checked="" type="checkbox"/> 16	<input checked="" type="checkbox"/> 17	<input checked="" type="checkbox"/> 18
<input checked="" type="checkbox"/> 19	<input checked="" type="checkbox"/> 20	<input checked="" type="checkbox"/> 21	<input checked="" type="checkbox"/> 22	<input checked="" type="checkbox"/> 23	<input checked="" type="checkbox"/> 24	<input checked="" type="checkbox"/> 25	<input checked="" type="checkbox"/> 26	<input checked="" type="checkbox"/> 27
<input checked="" type="checkbox"/> 28	<input checked="" type="checkbox"/> 29	<input checked="" type="checkbox"/> 30	<input checked="" type="checkbox"/> 31	<input checked="" type="checkbox"/> 32	<input checked="" type="checkbox"/> 33	<input checked="" type="checkbox"/> 34	<input checked="" type="checkbox"/> 35	<input checked="" type="checkbox"/> 36
<input checked="" type="checkbox"/> 37	<input checked="" type="checkbox"/> 38	<input checked="" type="checkbox"/> 39	<input checked="" type="checkbox"/> 40	<input checked="" type="checkbox"/> 41	<input checked="" type="checkbox"/> 42	<input checked="" type="checkbox"/> 43	<input checked="" type="checkbox"/> 44	<input checked="" type="checkbox"/> 45

Todas

En caso de que no sepa cuál es la clase correcta para el (los) producto (s) o servicio (s) que quiere buscar, usted puede usar el nuevo [Buscador de Clases de Marcas](#).

[Bookmark this Result](#)

NO SE ENCONTRÓ MARCA QUE CORRESPONDA CON LA BÚSQUEDA EFECTUADO

Fuente: <http://trademark-search.marcaria.com/es?q=jema%20eco%20jeans&c=&co=es>

## 1.2 TIPO DE EMPRESA:

### 1.2.1 JEMA ECO JEANS S.A. S:

**JEMA ECO JEANS** al convertirse en una **S.A.S** tuvo mayor flexibilidad para formar su empresa, ya que con esta modalidad se puede constituir sin necesidad de pagar ninguna suma en el momento de crearla, además cuenta con varias ventajas entre ellas simplificar trámites para la legalización de una sociedad S.A.S.



## **VENTAJAS DE SER UNA EMPRESA S.A.S:**

### **SIMPLIFICACIÓN DE TRÁMITES:**

**Eliminación del requisito que exige un mínimo de dos personas para conformar una sociedad:** dentro del contexto de sociedad, no cabía que una sociedad pudiera ser constituida por una sola persona, pero con la ley 1258 de 2008, esto fue posible.

**Inscripción de la sociedad por documento privado:** cualquier sociedad que se registre en Colombia – excepto la SAS en algunos casos – su constitución se debe realizar por medio de una escritura pública, para luego registrarla ante una notaría. Pero la SAS no necesariamente tiene que dar fe pública mediante ese documento a menos que posea bienes inmuebles que si es obligación. Éste es un beneficio porque disminuye los costos de transacción.

**Limitación de la responsabilidad:** En la SAS se debe consagrar la limitación del riesgo de los accionistas al monto del capital aportado. Salvo a lo previsto en el artículo 42 de la ley 1258 de 2008 - se refiere a casos de fraudes a la ley los accionistas deberán responder solidariamente- los accionistas no son responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.

**Autonomía para estipular libremente las normas que más se ajusten al negocio.**

**La responsabilidad es limitada:** la responsabilidad de un accionista se limita al monto de sus aportes, esta figura jurídica se denomina limitación plena de la responsabilidad.

**Capital pagado:** El pago de capital puede diferirse hasta por dos años: Esto da a los socios recursos para obtener el capital necesario para el pago de las acciones. La sociedad puede establecer libremente las condiciones en que se realice el pago.

**El pago de capital puede diferirse hasta por dos años:** Esto da a los socios recursos para obtener el capital necesario para el pago de las acciones. La sociedad puede establecer libremente las condiciones en que se realice el pago.

*Fuente: Reyes Villamizar, SAS: La Sociedad Por Acciones Simplificadas. Legis. S.F*

### **1.3 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA:**

La empresa JEMA ECO JEANS S.A.S, es una empresa que se dedica a la fabricación y distribución a nivel nacional e internacional de jeans ecológicos, es una empresa industrial, el cual su sector económico al que va dirigido es de las confecciones, el código CIIU de la empresa es 1410 (Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel).

#### **Cámara de Comercio Bogotá, (2017)**

La empresa se encuentra ubicada en el centro de la ciudad de Medellín, puesto que, es un punto estratégico para la comercialización de los jeans, además su área de producción y el área administrativa están ubicadas en el mismo sector; es una empresa mediana, ya que, cuenta con una planta personal de 76 trabajadores y de activos totales por valor de 20.000 SMMLV.

#### **Mincomercio, industria y Turismo, (2017)**

### **1.4 VISION Y MISIÓN DE LA EMPRESA**

#### **1.4.1 MISIÓN:**

Somos una empresa que fabrica y distribuye jeans a nivel nacional e internacional, garantizando la mejor calidad y moda en nuestras prendas, para que nuestros clientes se sientan satisfechos con cada una de sus compras, además realizamos diferentes estrategias que son positivas para medio ambiente.

## **MISIÓN DEL PRODUCTO:**

JEMA ECO JEANS S.A. S cuenta con un producto altamente atractivo, ya que este contiene nanotecnología, un procedimiento que le da mayor vida útil al jean, sin dejar atrás los valores estéticos que determinan la elegancia, distinción y estilo de una mujer, además cuenta con un precio extraordinario y es un producto el cual está diseñado para cuidar el medio ambiente.

### **1.4.2 VISIÓN:**

En el 2020 ser una empresa líder a nivel mundial en el mercado de la moda, que brinde la mejor calidad, precio y seguridad en nuestro producto, para satisfacer a cada uno de nuestros clientes.

## **1.5 RELACIÓN PRODUCTOS Y/O SERVICIOS:**

La empresa JEMA ECO JEANS actualmente se dedica a la fabricación y distribución de jeans a nivel nacional e internacional. La empresa ha realizado una serie de estudios para la creación de un nuevo jean con una tela que pasa por el proceso de nanotecnología, es decir, al momento en que la tela pasa por este proceso este inmediatamente realiza una reducción de olores, protege la superficie del jean, optimiza contra las bacterias, levaduras u hongos, logrando obtener un jean limpio en todo momento, sin necesidad de lavarlo. Este jean se realizó con el propósito de poder ahorrar agua, alargar la vida útil del jean y entender que por medio de la tecnología se puede realizar una auto limpieza para los jeans de JEMA ECO JEANSS.A.S.

- Ficha Técnica: Ver anexos

**VENTAJAS:**

Es un jean ecológico, ya que no tiene la necesidad de ser lavado y por ende se está contribuyendo positivamente al planeta.

El Jean de JEMA ECO JEANS S.A.S pasa por un proceso de nano tecnología por ende evita que los líquidos se disuelvan o manchen la prenda.

Al no realizar el lavado al jean de JEMA ECO JEANS S.A.S tiene más vida útil comparado a un jean corriente.

Los Jeans al pasar por el proceso de la nano tecnología aún conservan el toque de elegancia, distinción y estilo de cada mujer.

**1.6 VENTAJAS COMPETITIVAS:**

JEMA ECO JEANS S.A.S se distingue por ofrecer un jean que es eco-amigable, ya que, por el tipo de tela que se utiliza favorece al medio ambiente, además ofrece al usuario la comodidad de no mancharse, puesto que, es un jean anti fluidos, es decir, que el pantalón no se incorpora ningún tipo de líquido y es fácil de limpiar.

Este tipo de producto, es un producto innovador para Colombia, ya que, ninguna empresa de jeans fabrica o comercializa este tipo de productos, esto hace que nuestro producto sea innovador para el mercado nacional y para el mercado internacional es muy atractivo, porque además de tener estas características cuenta con corte colombiano, que es lo que internacionalmente buscan las empresas.

**DISTINCIONES COMPETITIVAS:**

JEMA ECO JEANS S.A.S utiliza un canal de distribución, a través, de una comercializadora internacional que distribuyen el jean a nivel internacional, además realiza posicionamiento de marca, efectuando

Publicidad en nuestros productos.

## 1.7 TRÁMITES Y COSTOS:

Para la creación de la empresa JEMA ECO JEANS S.A.S se realizaron los siguientes trámites:

*Tabla 1 Tramites y costos*

<b>TRAMITE</b>	<b>ENTIDAD</b>	<b>VALOR</b>	<b>TIEMPO</b>
Solicitud PRE-RUT	DIAN	Gratuito	Una vez
RUT	DIAN	No tiene costo	1 Único día
Derechos de inscripción	Cámara de comercio	\$32.000	1 Único día
RUE	Confecamaras	\$4.000	1 Único día
Costos de matricula	Cámara de comercio	primer año gratuita	anual
Autenticación en notaria		\$3.450	Una vez
Impuesto de industria y comercio	Secretaria de hacienda municipal	\$5.833.000	Anual
Impuesto de avisos y tableros	Cámara de comercio	15% del impuesto de industria y comercio	Anual
Formulario registro mercantil	Cámara de comercio	\$4.500	
Registro mercantil	cámara de comercio	\$376.000	Anual
Trámites ante la DIAN		Gratuito	Una vez
Impuesto de valor agregado (IVA)	DIAN	16%	Bimestral
Seguridad social	Entidad promotora de salud, fondo de pensiones	-	1 Único día
Parafiscales	SENA, ICBF, Caja de compensación familiar	-	6 días únicos
Certificado de origen	DIAN	-	Anual
DEX	DIAN	-	Por cada embarque
Visto bueno de seguridad a establecimientos públicos y	Departamento municipal de bomberos	\$60.000	4 días únicos

comerciales			
Inscripción de libros	Cámara de comercio	\$12.000	1 Único día
Apertura de cuenta en un banco	Banco	Gratuito	1 Único día
derechos de inscripción	RUES	\$31.000	1 Único día
certificado de existencia	RUES	\$8.600	1 Único día

*Fuente: Elaboración propia*

### DESCRIPCION DE DOCUMENTOS:

- **Pre Rut:** Es la inscripción del RUT de cámara de comercio.
- **Rut:** Es el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyentes declarantes del impuesto sobre la renta y no contribuyentes declarantes de ingresos y patrimonio.
- **Impuesto de industria y comercio:** Tributo generado por el ejercicio o realización directa o indirecta de cualquier actividad industrial, comercial o de servicios.
- **Impuesto de avisos y tableros:** Se genera por la colocación de avisos, valla, tableros y emblemas sobre la vía pública visible desde el espacio público.
- **Registro Mercantil:** Se consignan por escrito los aspectos jurídicos y económicos de los comerciantes, con el fin de mantener actualizada la información y actividad del comerciante.
- **Seguridad social:** Registra la empresa ante una administración de riesgos laborales. (ARL), Afiliar a los empleados a un fondo de pensión privado, plan obligatorio de salud y cesantías.
- **Certificado de existencia:** Documento que permite a un importador o exportador manifestar el país o región de donde se considera originaria una mercancía, ya sea porque ha sido obtenida en su totalidad.

- **DEX:** Documento de exportación que es presentado a la aduana antes de la exportación de la mercancía, este documento es utilizado por la aduana para cobrar cualquier impuesto y tasa.
- **Impuesto de valor agregado (IVA):** Impuesto que grava el valor añadido o agregado de un producto en las distintas fases de su producción.
- **Parafiscales:** Registrar la empresa ante la caja de compensación familiar, el servicio nacional de aprendizaje y el instituto colombiano de bienestar familiar.
- **Vistos buenos:** Certificado que consta que el local donde funcionara la empresa reúne las normas mínimas de seguridad.
- **Derechos de inscripción:** Documento donde se encuentran las tarifas de matrículas y renovaciones empresariales, los derechos por registro de Matricula de establecimientos, sucursales y agencias, también los derechos por cancelaciones o mutaciones, derechos por inscripción de libros y documentos, certificaciones de Registro Mercantil.
- **Autenticación en notaria:** Es el procedimiento en donde el notario puede dar un testimonio escrito de la firma de cierto Documento.
- **Trámites ante la DIAN:** Son trámites tributarios que se lleva a cabo con la dirección de impuestos y Aduanas Nacionales.
- **Certificado de origen:** Es el documento oficial que acredita, identifica y garantiza el origen de las mercancías esportadas, para que se acojan a varios beneficios como es la preferencia arancelaria.
- **Apertura de una cuenta bancaria:** Es abrir una cuenta corriente o de ahorro en un banco en la que autoriza a su empresa a ingresar su salario cada mes.
- **Costos de matrícula:** Documento que establece los valores de matrícula u otros costos adicionales.

Cámara de Comercio Bogotá, (2017), La Dian, (2017)

## CAPÍTULO II. ANÁLISIS DEL MERCADO OBJETIVO

## 2.1 PRESELECCION DE MERCADO:

Para la preselección del mercado, se consultó el arancel del producto partida arancelaria 6204.62.00.00 “Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y shorts” en la base de datos de Legiscomex. Adicionalmente se consultó en la página de Trademap los países con mayor índice de importación de este producto: Estados Unidos de América, Reino Unido, Alemania, Francia y España. En este estudio se eligieron las variables de demografía, ya que, es importante conocer el tamaño de la población y la capacidad del mercado al que se quiere entrar, así se puede tener un conocimiento de que tan grande es el mercado al que se quiere incursionar.

### Matriz DOFA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
Es una empresa que lleva mucho tiempo en el mercado La empresa cuenta con reconocimiento a nivel nacional Los productos de la empresa cuentan con certificación de proveedores El jean cuenta con una tela especial anti-fluidos (diferenciación de producto)	Mayores costos de producción y productividad mas baja que en otros países en el sector Centrar la producción en el mercado local Capacidad limitada de planta
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Incursionar en nuevos mercados Existencia de un mercado potencial No existe variedad de productos sustitutos	Competencia muy agresiva Existencia de nuevos competidores ventas variables en el año

*Fuente: Elaboración propia*

### 2.1.1. ANÁLISIS ECONÓMICO:



La economía española luego de la crisis económica que vivió a partir del año 2008, ha tenido una fuerte recuperación económica, registrando en el año 2015 una de las tasas de crecimiento económica más altas de la región europea (crecimiento anual del PIB real del 3,2%), este crecimiento se debió principalmente a un aumento de la demanda interna (consumo e inversión) y la recuperación en el sector de la construcción. España sigue beneficiándose de un mercado interno grande, una infraestructura bien desarrollada (vías y estructura industrial) y varias reformas laborales implementadas por el gobierno. Sin embargo, España tiene una grave problemática frente a su población la cual envejece cada vez más rápido y está ocasionando una menor productividad económica, aún tiene una tasa de desempleo muy alta y una de las deudas públicas más altas de la región sin contar el grave déficit presupuestal con el que cuenta el gobierno para ejecutar obras y proyectos de desarrollo económico.

Para entrar en un análisis más detallado de la economía española se analizará los indicadores económicos más importantes a tener en cuenta para iniciar relaciones comerciales con este país.

- **Inflación (IPC):**

Es significativo saber el nivel de inflación de un país, ya que, nos indica que tan estable es el país. El IPC para el año 2016 en España fue de 1.6% marcando así una de los niveles más bajos de inflación de la región europea e indicando así la relativa estabilidad en precios que tiene el país español para el mercado y para el consumidor final.

- **Desempleo:**

La importancia de conocer el nivel de desempleo, es saber la capacidad adquisitiva salarial que cuenta la población de este país. Este es un punto crítico que tiene España y uno de los mayores puntos analizar para nuestro mercado objetivo ya que un nivel alto de desempleo podría significar un menor consumo. La tasa de paro para el año 2016 se ubicó en un 18.4% representando una disminución frente al año 2015 la cual se ubicó en un

20.7%. Aunque la tasa de desempleo sigue siendo muy alta, en España hay un gran programa de subsidios para el desempleo, el cual soporta a un trabajador económicamente mientras está desempleado, lo que genera que el consumo en general de primera necesidad (alimentación, vestimenta, transporte) no se vea afectado en gran medida.

- **Tipo de moneda:**

Es importante analizar el tipo de moneda, puesto que, si la empresa debe cobrar en el futuro deudas de exportación, y esos compromisos financieros están en otra moneda, la empresa se puede encontrar expuesta a sufrir pérdidas ocasionadas por la variación en el tipo de cambio. Entre menos pesos se tenga que dar a cambio del valor de otra moneda, mejor es la calificación. La moneda representativa del país español es el Euro, la cual es una moneda más fuerte que el peso colombiano, ya que para nuestra empresa se beneficiaría más de las exportaciones a este país, ya que por un EURO vendido la empresa recibirá más Pesos, lo cual indica que el tipo de cambio Euro-Pesos es beneficioso para nuestra empresa.

- **Principales productos de importación:**

España se ha caracterizado por tener una economía muy dependiente al crudo, teniendo en cuenta esto los principales productos más importados son 13% petróleo crudo, 4,6% Refinado de petróleo, 4,2% Repuestos y 4% Gas de petróleo y en una menor cuantía productos manufacturados incluyendo importaciones textiles. Aunque el mercado textil no representa un alto porcentaje de importación para España, el sector textil colombiano y latino tiene gran influencia en el mercado español, representando para el año 2016 como una de las principales fuentes de importación para España el 4.5% de importaciones provenientes desde Latinoamérica.

- **PIB (año 2016):**

Este indicador se utiliza para medir el crecimiento económico que ha tenido el país, puesto que, se compone del total de los bienes y servicios producidos por la economía.

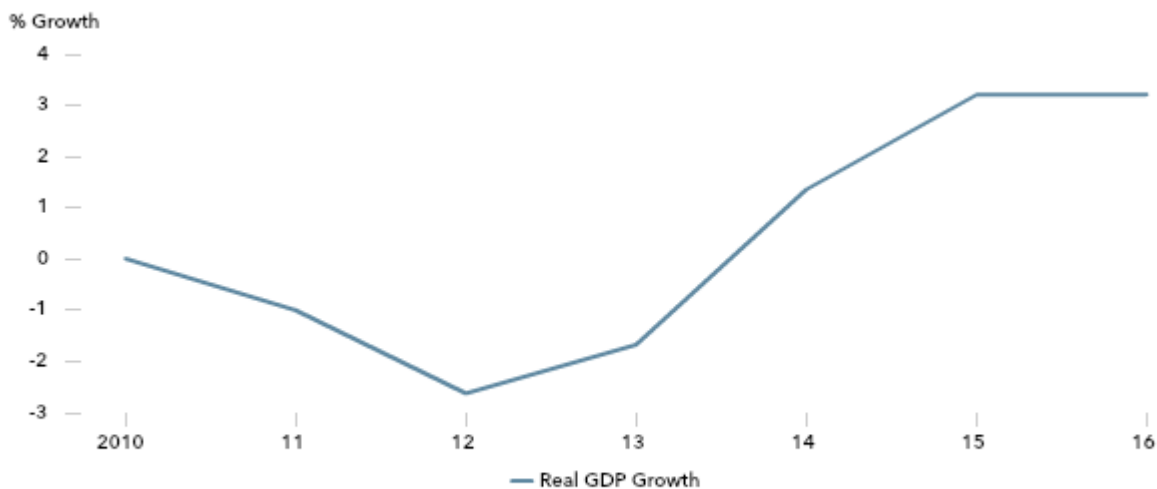
Para el año 2016 España registró un PIB (millones de dólares) de 1.231.848,2 millones, registrando una gran recuperación de su crecimiento económico respecto de los años anteriores.

- **Crecimiento del PIB (año 2016):**

Este dato es importante, ya que esto refleja un aumento de la actividad económica que ha tenido el país. Para el año 2016 España registró un crecimiento real del 3.2% igualando el año 2015 y mejorando significativamente el año 2014 el cual registró apenas un crecimiento económico del 1.4%.

*Ilustración 3 Crecimiento del PIB 2010 - 2016*

**Gráfico 4 Crecimiento del PIB real: 2010-2016**



Fuente: Euromonitor Internacional de las estadísticas nacionales / Eurostat / OCDE / ONU / FMI

Nota: Los datos para 2016 se pronostican

Fuente: <https://ezproxy.eafit.edu.co/loginurl=http://first.emeraldinsight.com/portal/analysis/tab>

- **PIB Per cápita (año 2015):**

Este indicador determina la productividad y crecimiento económico por persona que genere una actividad económica. El PIB Per cápita de España en 2015 fue de 23.200€, 420€ mayor que el de 2014, que fue de 22.780€, y para el 2016 este indicador se ubicó por los mismos niveles, indicando así una mayor productividad y crecimiento por persona en España.

- **Niveles de salario:**

La importancia de este indicador es la capacidad que cuentan la población para adquirir nuestros productos, y si este puede acceder fácilmente a nuestro producto. Para el año 2015 el salario medio en España fue de 26.259 euros al año. Es decir, 2.188 euros al mes. Cabe resaltar que el nivel salarial de España ha ido aumentando desde los últimos años teniendo en cuenta las graves crisis económicas que ha sufrido este país europeo.

- **Población económicamente activa:**

Este indicador nos muestra la población que podría adquirir nuestro producto, ya que, cuenta con un flujo de dinero. Para su calificación entre más porcentaje de población económicamente activa, mayor será su calificación. Para el año 2014 España registró una población económicamente activa de 23.345.028 millones de personas, la cual ha ido aumentando en los años 2015 y 2016 con la disminución del desempleo.

- **Tasa de Interés:**

La importancia de este indicador, ya que, este nos indica que la economía del país es estable y que es un lugar adecuado para la inversión. En la calificación se tuvo en cuenta entre menor sea el porcentaje de tasa de interés, mayor es su calificación. Para el año 2016 registró una tasa de interés 1.6, lo cual va ligado a la estabilidad en la que se está colocando España para mejorar su economía.

- **Índice de Gini:**

Mide el nivel de desigualdad de cada país. Entre más alto sea el puntaje del índice, menor es la calificación. El índice de Gini para el año 2014 fue de 0.34 indicando un leve aumento frente a los años anteriores, pero esto se debe también al aumento del nivel de ingresos de algunos grupos sociales de la economía española. La desigualdad es relativamente baja comparada con la colombiana, lo cual puede indicar una mejor distribución de ingresos en España y una mayor confianza del consumidor final.

- **Índice de Libertad económica:**

Mide el impacto de los mercados libres, la libertad económica y el progreso. Entre más alto sea el puntaje de éste índice, mejor es la calificación, España ocupa el puesto 43 en la clasificación mundial de libertad económica, con un puntaje de 68.5.

- **Doing Business:**

Mide la facilidad para hacer negocios en un país. Entre más alto sea el puntaje, mejor es la calificación de éste índice, España con las 19 ciudades analizadas en *Doing Business en España 2015*, hacer negocios es más fácil en Logroño, Madrid y Pamplona. La clasificación general de la facilidad de hacer negocios se basa en el promedio de la distancia a la frontera para los 4 indicadores medidos. (Apertura del negocio (puntaje: 85), manejo de permisos de construcción (puntaje: 113), obtención de electricidad (puntaje: 78) y registro de propiedades (puntaje: 50)

- **Índice de pobreza:**

Este indicador nos muestra, que tanto poder adquisitivo cuenta la población y con qué capacidad podrían adquirir nuestros productos. En la calificación entre menos índice de pobreza cuente el país, mayor será su calificación 2.04%.

### **2.1.1.1. Perspectiva Económica:**

Se prevé para el año 2017 un acentuado crecimiento económico, se tiene proyectado un crecimiento económico para este año del 2.2%, se espera un mayor consumo privado y una mayor confianza del consumidor final. Aunque el desempleo sigue siendo muy elevado, una mejora del mercado laboral también ayuda a la economía. Se prevé una inflación del 1.9% para el 2017. El gasto del consumidor final se beneficia en la disminución del desempleo y en las bajas tasas de interés.

### **2.1.1.2. Mercado textil femenino en España:**

El mercado textil en España, más específicamente el mercado de ropa de mujer se registra un crecimiento del 1% en el 2016, lo cual se ha visto impulsado por compañías de bajo coste que están promoviendo las ventas de ropa de mujer al detal, pero estas se han visto afectadas debido a la incertidumbre política que vive el país. En 2016 la ropa de mujer registró un incremento del 2% en términos de volumen.

El mercado español ha ido innovando gracias a la gran influencia latinoamericana que existe en este mercado y este se ha visto reflejado el consumidor final y en especial en las mujeres españolas, las cuales siguen buscando ropa cómoda, minimalista que también está de moda y versátil. Se maneja la tendencia a la ropa de tamaño mediano. Los principales minoristas tienden a priorizar estilos y tamaños que se adaptan a las mujeres jóvenes y delgadas menores de 40 años ya que estos son los que siguen de cerca las tendencias de moda y que tienden a renovar sus armarios con más frecuencia.

*Ilustración 4 Mercado textil femenino en España*

millones de euros	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Ropa de dormir de las mujeres	293,5	275,6	269,8	271,2	277,1	279,0
Prendas de abrigo	7,081.5	6,793.3	6,583.2	6,682.7	6,895.1	6,982.1
Jeans	545,8	529,2	542,6	560,0	588,4	599,6
- Jeans de mujeres Economía	281,0	276,1	285,4	296,0	312,8	319,0
- Jeans estándar	146,1	141,0	143,8	147,7	154,9	158,8
- Jeans premium	104,6	98,5	100,2	103,0	107,0	108,1
- Jeans premium Súper de la Mujer	14,1	13,7	13,2	13,3	13,6	13,7
Prendas de abrigo (Jeans IVA)	6,535.8	6,264.0	6,040.6	6,122.7	6,306.6	6,382.6
Vestidos de las mujeres -	267,6	247,4	233,5	236,1	241,8	243,9
- Mujeres Chaquetas y abrigos	612,0	555,7	512,4	519,0	534,7	541,0
- Puentes de la Mujer	805,7	766,2	734,0	740,6	756,8	760,9
Polainas de las mujeres -	95,8	89,9	90,8	91,9	95,6	97,2
Camisas y blusas de las mujeres -	1,430.1	1,410.1	1,389.0	1,418.1	1,469.5	1,496.1
Los pantalones cortos y pantalones de las mujeres -	726,0	704,2	671,8	677,2	702,7	713,1
- Las faldas de las mujeres	979,9	917,2	874,1	888,1	907,4	913,8
Juegos de las mujeres -	536,1	525,3	510,6	511,1	520,5	523,3
Tops Mujer -	976,2	947,4	928,5	944,2	978,4	993,0
- Otras prendas de vestir exteriores de las mujeres	106,4	100,6	95,9	96,3	99,2	100,3
Traje de baño de las mujeres	651,5	658,6	663,7	677,0	701,5	704,5
Ropa interior femenina	1,131.4	1,079.9	1,081.0	1,089.7	1,113.8	1,134.6
ropa de mujer	9,158.1	8,807.4	8,597.8	8,720.6	8,987.4	9,100.3

Fuente: Euromonitor Internacional de las estadísticas oficiales, asociaciones comerciales, prensa especializada, la investigación de la empresa, tienda de cheques, entrevistas comerciales, fuentes de comercio

Fuente: <http://ezproxy.eafit.edu.co:2125/portal/analysis/tab>

Se espera un mayor crecimiento en el mercado de ropa de mujer para los próximos años teniendo en cuenta que el crecimiento está dado para ser accionado por los minoristas de moda pasajera creciendo en cuota adicional gracias a sus precios más asequibles.

## 2.1.2 ENTORNO POLÍTICO Y LEGAL:

La variable de política es sustancial para entender variables como la estabilidad política, riesgo comercial y político los cuales evalúan luchas laborales o terrorismo del país al que se quiera llegar. Éstos deben de ser factores que el empresario debe de tener en cuenta para tomar una buena decisión al momento de invertir en algún país.

### **2.1.2.1 Tipo de gobierno:**

Monarquía constitucional parlamentaria, el cual cuenta con dos figuras políticas monarquía y presidencia. La monarquía está ligada al vínculo sanguíneo y este tiene una figura más tradicional en España, por otro lado, la figura presidencial es elegido democráticamente, y este es el “representante legal de España” lo que hace que las políticas establecidas en este país sean más equitativas para el crecimiento y desarrollo del país.

### **2.1.2.2 Índice de facilidad de hacer negocios:**

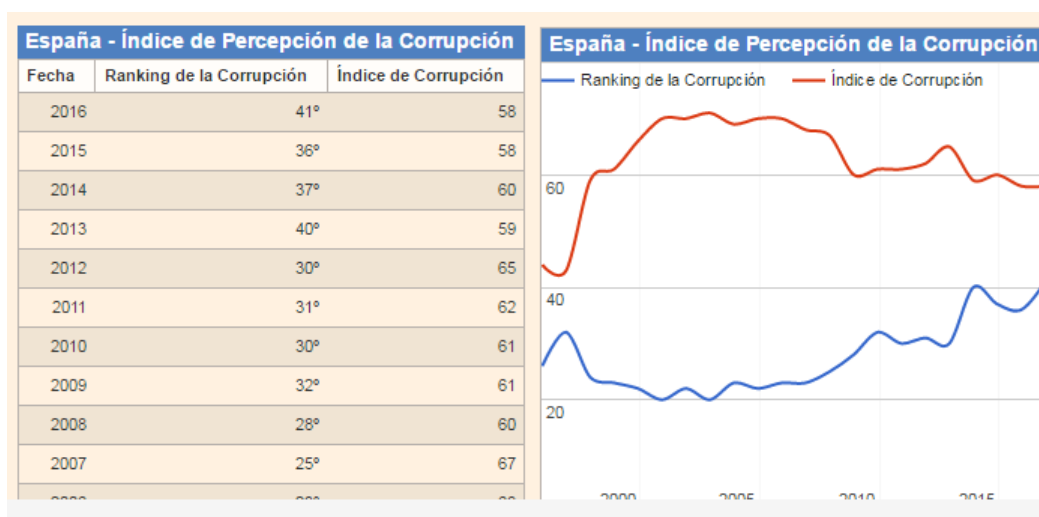
España cuenta con un índice de 32 puntos, este se califica, en los primeros lugares donde allí conserva la mejor puntuación, dicho puntaje significa que es ideal para hacer negocios.

### **2.1.2.3 Índice de percepción de corrupción:**

Este índice califica los países de 0 a 100, 0 como la percepción de altos niveles de corrupción y 100 como la percepción de muy bajos niveles de corrupción. España obtuvo un puntaje de 58 puntos, a pesar de que España ha tenido un índice de corrupción estable, la percepción de los ciudadanos en el sector público ha empeorado, lo que ocasionado un descenso en la posición de ranking internacional de corrupción, ya que, obtuvo un puesto de



*Ilustración 5 Índice de percepción de corrupción en España*



Fuente: <http://www.datosmacro.com/estado/indice-percepcion-corrupcion/espana>

### 2.1.2.3 Índice de competitividad

Este indicador mide como un país utiliza sus recursos y la capacidad que tiene el país para proveer a sus habitantes. España obtuvo una calificación de 4,59 puntos, en el ranking de competitividad ocupa el puesto 33 de 142

*Ilustración 6 Índice de competitividad*



Fuente: <http://www.datosmacro.com/estado/indice-competitividad-global/espana>

#### **2.1.2.4 Riesgo Político:**

Los cambios, repentinos de gobierno, golpes de estado, pérdida de poder, conflictos internos, políticas negativas relacionadas con inversión extranjera, enemistad con los sistemas económicos existentes. Entre más estable sea el país, más alto es la calificación.

- Política sostenible y ausencia de violencia y terrorismo: España obtuvo un porcentaje de 57.4 de una calificación de 0 a 100.

#### **2.1.2.5 Rule of law:**

Este indicador es para medir la seguridad jurídica y proteger la libertad del hombre; España obtuvo un porcentaje de 78.37 en una calificación de 0 a 100

*Ilustración 7 Indicadores rule of law*

## Worldwide Governance Indicators

Indicator	Country	Year	?	?	?	?
			Number of Sources	Governance Score (-2.5 to +2.5)	Percentile Rank (0 to 100)	Standard Error
<b>Voice and Accountability</b>	Spain	2005	8	1.11	84.13	0.19
		2010	11	1.12	84.83	0.15
		2015	10	1.02	78.82	0.14
<b>Political Stability and Absence of Violence/Terrorism</b>	Spain	2005	7	0.18	53.14	0.27
		2010	8	-0.29	35.07	0.24
		2015	9	0.29	57.14	0.20
<b>Government Effectiveness</b>	Spain	2005	5	1.49	89.27	0.19
		2010	7	0.99	79.43	0.22
		2015	7	1.18	85.10	0.23
<b>Regulatory Quality</b>	Spain	2005	6	1.29	88.24	0.19
		2010	7	1.15	84.21	0.24
		2015	8	0.79	75.00	0.22
<b>Rule of Law</b>	Spain	2005	8	1.10	84.21	0.17
		2010	10	1.16	84.36	0.16
		2015	10	0.90	78.37	0.16
<b>Control of Corruption</b>	Spain	2005	6	1.29	88.78	0.18
		2010	8	1.01	81.43	0.19
		2015	9	0.49	69.23	0.15

*Fuente: <http://info.worldbank.org/governance/wgi/index.aspx#reports>*

**2.1.2.6 Arancel:** El arancel aplicable para el mercado español es del 13%.

**2.1.2.7 IVA:** El IVA (porcentaje aplicado a la venta final) es del 21%.

### 2.1.3 ENTORNO CULTURAL:

Por medio de la cultura podemos conocer las creencias, prácticas comunes, vestimenta, religión, rituales y maneras de ser que predomina el común de la gente que la integra, este indicador es de suma importancia ya que por medio de este se puede determinar si nuestro producto puede llegar a ser acorde y atractivo para las personas que vivan allí.

La empresa JEMA ECO JEANS S.A.S realizó un análisis cultural en España, principalmente se hizo un análisis en general para conocer la cultura de este país y se determinó que:

- España es y ha sido desde hace milenios uno de los centros culturales de Europa.
- En España han habitado numerosos grupos étnicos que fueron inculcando nuevas costumbres, tradiciones y manifestaciones artísticas, tanto en obras de arte como en vestimenta, algunas muy diversas que a veces se fusionaron en algo completamente nuevo, logrando estar inalteradas durante siglos.
- El castellano o español es el idioma hablado por la mayoría de los españoles, aunque cierta parte de la población no la consideran como la lengua materna.
- Se pueden distinguir los diferentes tipos de climas como: mediterráneo, atlántico y, en el interior peninsular, un clima continental moderado caracterizado por veranos muy calurosos e inviernos fríos.
- Anteriormente la moda en España imponía trajes oscuros y la mayor parte de color negro, pero con el paso del tiempo se estableció un vestir propio considerado una etapa contemporánea.

La **diversidad cultural de España** propicia a que JEMA ECO JEANSS.A.S, encuentre oportunidades en la comercialización de su producto 'JEMA ECO JEANS ', ya que cada uno de los indicadores demuestra propuestas positivas para el producto, uno de los beneficios que otorga la cultura española es que este país se logra identificar como el centro cultural de Europa, por ende se concentra una mayor población, que representa un tejido económico alto, el tema del lenguaje es algo positivo, ya que al manejar la misma lengua es más fácil la comunicación en un proceso de negociación, en términos de moda, nuestro producto JEMA ECO JEANS es considerado una vestimenta novedosa y práctica, hoy en día la moda en España es moderna, pero aún se considera atractivo la etapa contemporánea, en donde surgen cada día nuevas ideas para implementar en la moda actual y poder definir cuáles serán las futuras tendencias, por ende JEMA ECO JEANS puede llegar a ser realmente atractivo en este mercado, porque un jean se califica como una prenda clásica o antigua, pero a su vez con el toque de nanotecnología puede llegar a ser una tendencia moderna.

#### **2.1.4 ENTORNO AMBIENTAL:**

España está situada al suroeste de Europa, en la Península Ibérica, Geográficamente posee cinco grandes cadenas montañosas que la atraviesan y casi un 50% de su territorio, las cuales se asienta sobre mesetas. Sus costas están bañadas por el mar Mediterráneo, en el Este, desde los Pirineos hasta Gibraltar, por el Océano Atlántico en su costa Oeste, que en la península se extiende desde Gibraltar hasta Galicia, correspondiendo la mayoría de esta costa a Portugal, y en su costa Norte por el mar Cantábrico.

Sus paisajes presentan una extraordinaria variedad, pasando desde zonas desérticas hasta los más verdes y jugosos campos, donde montañas, valles, ríos y playas originan una gran variedad climática.

Teniendo en cuenta la extensión y diversidad de España, el clima es muy diferente en cada una de las regiones, se tiene climas calurosos en el sur (excepto en las zonas montañosas), en la zona costera del norte el clima es húmedo pero templado, y el centro, que está formado por una gran meseta a considerable altura, tiene temperaturas extremas de frío en invierno y de mucho calor en verano. En la zona costera mediterránea las temperaturas son cálidas y agradables durante todo el invierno y bastante elevadas en el verano.

España busca que su población cuide del medio ambiente, ya que así se toma conciencia de la protección de los recursos naturales, en conjunto con todas las vidas que están alrededor de ellas.

La empresa JEMA ECO JEANS S.A.S, no evidencia ninguna amenaza con el indicador de ambiental, ya que, no existen factores naturales o factores externos que puedan afectar el desarrollo de la empresa, el clima tampoco se considera una desventaja para la empresa ni para nuestro producto, ya que un jean es una prenda que toda persona usaría en cualquier momento, considerada la prenda de vestir más popular del mundo.

Una de las razones más importante por la cual JEMA ECO JEANS S.A.S debe pertenecer al mercado Europeo, es porque al tener un producto común y una empresa que está en pro al cuidado del medio ambiente, es algo realmente beneficioso, ya que los españoles juegan un papel importante en la protección de la naturaleza, buscan la manera

de evitar la contaminación atmosférica, para que esta en el futuro no llegue a afectar la contaminación de aguas, acciones que se asemejan con la idea principal de la empresa, la cual manejar estrategias en pro al medio ambiente.

### **2.1.5: ENTORNO SOCIAL:**

- España maneja una población de 48563476 (Julio el año 2016 est.)
- Estructura por edades:
  - 0-14 años: 15,43% (3.854.687 masculina / femenina 3638288)
  - 15-24 años: 9,56% (macho 2400188/2243311 hembra)
  - 25-54 años: 45,24% (11.200.786 masculina / femenina 10771652)
  - 55-64 años: 11,91% (2.820.933 masculina / femenina 2963050)
  - De 65 años: 17,85% (3.700.832 masculina / femenina 4.969.749) (2016 est.).
- Relaciones de dependencia:
  - Tasa de dependencia en total: 50,8%
  - Relación de dependencia de los jóvenes: el 22,4%
  - Relación de dependencia de los ancianos: un 28,3%
  - Potencial relación de apoyo: 3,5% (2015 est.)
- Edad Media:
  - Total: 42,3 años
  - Masculina: 41,2 años
  - Femenino: 43.6 años (2016 est.)
- Tasa de crecimiento de la población:
  - 0,84% (2016 est.)
- Tasa neta de migración:
  - 8 migrante (s) / 1,000 habitantes (2016 est.)
- Distribución de la población:
  - Con la notable excepción de Madrid, Sevilla y Zaragoza, las mayores aglomeraciones urbanas se encuentran a lo largo de las costas del Mediterráneo y el Atlántico; numerosas ciudades más pequeñas se extienden por todo el interior que

refleja la herencia agraria de España; denso asentamiento se encuentra alrededor de la capital de Madrid, así como la ciudad portuaria de Barcelona.

- Desempleo, jóvenes entre edades de 15-24:  
Total: 53,2%  
Masculina: 53,4%  
Femenino: 52.9% (2014 est.)
- Tasa de vida al nacer:  
Población total: 81,7 años  
Masculina: 78,7 años  
Femenino: 84.9 años (2016 est.)
- Fuente de agua potable:  
Mejorado:  
Urbana: 100% de la población  
Rural: 100% de la población  
Total: 100% de la población
- El acceso a servicios de saneamiento:  
Mejorado:  
Urbana: 99,8% de la población  
Rural: 100% de la población  
Total: 99,9% de la población
- Obesidad:  
26,5% (2014)
- Usuarios de internet:  
Total: 37.886.000  
Por ciento de la población: 78,7% (julio el año 2015 est.)

Al conocer el entorno social que maneja España se puede interpretar la manera en cómo viven e interactúan constantemente los españoles, analizando cada uno de los ítems de este indicador no se encuentra un factor de riesgo grave que afecte el futuro la empresa de JEMA ECO JEANSS.A.S, por el contrario, se encontraron factores que benefician las condiciones sociales y culturales que va a desempeñar la empresa, por otro lado, es

importante tener en cuenta que a pesar de que España es un buen mercado para el producto, se puede presenciar ciertas amenazas, una de las amenazas que se pueden encontrar en este indicador es que la población de mujeres no es tan alta como la población de los hombres, se considera algo negativo para el producto, ya que el nicho principal son las mujeres, pero esta situación se puede controlar por que afortunadamente España es uno de los centros culturales más grande que tiene Europa, por ende el turismo es alto y se puede mantener un balance en las ventas, por estas razones las amenazas que se llegue a encontrar en ese mercado pueden ser solucionadas fácilmente, por medio de estrategias de mercadeo y ventas.

## **2.2 Sector o industria:**

### **2.2.7 Factores claves de éxito del negocio:**

El factor clave de la empresa JEMA ECO JEANS S.A.S se encuentra en la producción del jean, ya que, al momento que el maquilador realiza la elaboración de este utiliza una tela espacial con nanotecnología, esto hace que el jean tenga características especiales, la cual es, que es anti fluidos que ningún otro jean elaborado en Colombia lo tiene, además cuenta con las características de un jean colombiano que es el PUSH UP por el tipo de corte que se implementa.

### **2.2.8 Cadena de valor industrial:**

- **Abastecimiento:** El área de abastecimiento de la empresa JEMA ECO JEANS S.A.S, se realiza al momento de que la misma se encarga de realizar compras de los cierres, botones, los remaches entre otros, a través de nuestros proveedores, que nos realizan certificaciones de las ventas que nos efectuaron para poder realizar las exportaciones con todos los requerimientos. La empresa no depende exclusivamente de estos proveedores de insumos, ya que, en el sector textil se encuentra gran cantidad de oferta en esto, dado el caso de que algún proveedor no pueda



abastecernos, la empresa cuenta con otros proveedores que puedan suplir esta necesidad.

- **Infraestructura:** JEMA ECO JEANS S.A.S cuenta con una infraestructura capaz de suplir la demanda nacional e internacional, con un área especializada en cada operación, cuenta con el área administrativa, comercial y de diseño.
- **Dirección de recursos humanos:** La empresa JEMA ECO JEANS S.A.S hace una selección cuidadosa del personal, que cuenten con las capacidades y estudios requeridos para hacer cada una de las operaciones solicitadas de la empresa.
- **Desarrollo de tecnología, investigación y desarrollo:** La empresa JEMA ECO JEANS S.A.S cuenta con un centro de investigación que pudo desarrollar e implementar la tela con nanotecnología en los jeans, con un corte especial, sin dañar las propiedades de la tela; generando un valor agregado a la prenda, que se verá reflejado en los costos del producto. (Este proceso se lleva a cabo por medio de un maquilador)

## 2.2.9 Barreras

### 2.2.9.1 Barreras de ingreso:

- **Economías de escala:** Las empresas que producen modelos estandarizados y no modelos exclusivos de ropa, no cuentan con este tipo de barreras; pero para la empresa JEMA ECO JEANS S.A.S, esto es una gran barrera, ya que, para lograr entrar al mercado europeo, específicamente español, se necesita una gran inversión, exponiendo a la empresa en reacciones violentas por parte de las empresas que ya están dentro, otra de las opciones es una inversión más pequeña aceptando las desventajas.

Además, una de las barreras más importantes, se encuentra en los competidores que están establecidos en el mercado español un tiempo considerable, ya que, cuentan con la experiencia, puesto que están consolidadas en el sector textil y manejan un alto nivel de volúmenes que les permite reducir sus costos vendiéndolos a un coste medio

- **Diferenciación del producto:** Esto supone una barrera de entrada en el mercado europeo, porque las marcas que se encuentran en este sector ya cuentan con una clientela fiel a sus marcas, puesto que, se acostumbraron a comprar estas mismas marcas, y es más complicado captar a este tipo de mercado.
- **Canales de distribución:** En este mercado los canales de distribución son pocos, o ya están previamente negociados por las empresas existentes, esto supone una traba a los nuevos ingresos al mercado.

Algunas empresas en el sector industrial, se atreven a implementar modelos de distribución utilizados por grandes empresas como Cortefiel o Inditex, pero esto supone un elevado capital para ofrecer grandes volúmenes de producto, contar con establecimientos que estén bien ubicados, además de una oferta variada de productos, entre otros aspectos.

- **Rivalidad en los competidores:** En este sector se encuentra gran variedad de competidores; esto crea un entorno muy competitivo en el sector textil, esto significa que las empresas deben “robar” clientes a su competencia y no la captación de nuevos clientes

#### **2.2.9.2 Barreras de salida:**

En el mercado español, no se encuentra gran importancia en la barrera de salida, ya que, muchas empresas no soportan la gran cantidad de competidores en este sector y los elevados costos para posicionar la marca.

#### **2.2.10 Competidores:**

Los competidores potenciales de la empresa JEMA ECO JEANS S.A.S son las grandes marcas de la industria textil a nivel mundial, que estas ya tienen gran posicionamiento en el mercado europeo, marcas como:

- ZARA
- MANGO

- H&M
- BERSHKA

Además de la crisis económica que España tuvo, se ha experimentado en la industria textil un descenso en la demanda y disminución en los márgenes, esto hace que sea menos atractivo y rentable este mercado.

### **2.2.11 Poder de negociación:**

#### **Clientes:**

- Los clientes de esta industria son bastantes y están muy poco organizados
- El volumen de pedidos es pequeño
- La mayoría de ventas son de contado
- El mercado español tiene cambios significativos en la demanda del consumidor por cuestiones demográficas, estilos de vida, culturales o tecnológicos
- Al existir muchos oferentes en este sector, el cliente tiene la opción de seleccionar cualquier establecimiento para comprar.

#### **Proveedores:**

- En algunos casos los distribuidores, también hacen actividades de fabricación
- Para los proveedores, la cadena de distribución como los grandes almacenes son clientes de suma importancia para el volumen que les pueden demandar
- Los proveedores venden productos almacenables y no perecederos
- Los proveedores no plantean una gran amenaza de integración con los distribuidores, pero si a pequeña escala

### **2.2.12 Amenaza de nuevos productos sustitutos:**

En el sector textil, se encuentra mucha competencia, ya que, hay muchas empresas en esta industria; pero la amenaza de productos sustitutos, no es tan significativa, puesto que no existen otros productos que cubran esta necesidad.

Una de los grandes problemas que tiene la industria textil son las diversas marcas falsas de imitación, que tienen muy poco seguimiento y control

### **Productos sustitutos específicos:**

En el sector textil no se encuentran productos sustitutos, ya que, en la industria no existen más productos que vistan al hombre, pero en específico los jeans tienen productos sustitutos como lo son:

- Leggis
- Jeggis
- Pantalones
- Faldas
- Shorts
- Bermudas

España cuenta con unas barreras de ingreso difíciles para la empresa JEMA ECO JEANS S.A.S, pero se ha encontrado diferentes estrategias que motivan a entrar al mercado español, ya que se ha experimentado en la industria textil un descenso en la demanda, lo cual hace que el jean de JEMA ECO JEANS S.A.S se convierta en un producto atractivo por el valor agregado que contiene en su tela, además la amenaza de productos sustitutos, no es tan significativa, puesto que no existen otros productos que realicen la misma función de JEMA ECO, por ende España se considera un mercado rentable.

## CAPÍTULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO

### 3.1 Objetivos de Mercadeo:

#### **Corto plazo:**

Definir un producto altamente atractivo, el cual busca tener una promoción de ventas, es decir, se busca aumentar sus ventas, por medio de una cuidadosa planificación y promoción.

El método que se utiliza para la venta del jeans en el 2018 será por medio de una promoción de ventas, este procedimiento permite distinguir a una empresa de la competencia ya que maneja menores precios y por ende llama la atención de varios consumidores, claro está que esta promoción de ventas se llevara a cabo solamente con los 100 primeros jeans que estén a la venta, pues los costos que se invertirán en esta estrategia beneficiara el flujo comercial que determina la estabilidad de la empresa.

#### **Mediano plazo:**

Alcanzar un posicionamiento comercial fuerte en el mercado para año 2019, esto implica tener un producto único donde los consumidores consideren usarlo, por ende, se llevará a cabo una buena estrategia de posicionamiento, en donde se tendrá en cuenta la segmentación de mercado, evaluación de cada segmentación, los beneficios que ofrece, etc. Al lograr un posicionamiento de la marca en este mercado, se podrá crecer con una ventaja competitiva, ya sea ofreciendo precios inferiores comparados a la de nuestra competencia o justificando los beneficios que trae comprar y usar la prenda de JEMA ECO JEANS S.A.S.

#### **Largo plazo:**

Desarrollar en el año 2022 una amplia competencia perfecta, es decir que por medio de la oferta y la demanda se pueda establecer el precio final del jean en el mercado

más rentable, ya que así se puede lograr un punto de equilibrio y una maximización en las ganancias de ingresos en un 60% de la empresa.

### 3.2 Perfil del Mercado Potencial de los Bienes y/o Servicios:

Para determinar si Madrid si sería la ciudad en la cual JEMA ECO JEANS S.A.S tendría un mayor posicionamiento, se tuvo en cuenta varios factores de suma importancia para la empresa, la principal variable a investigar fue la cantidad de habitantes (mujeres), ya que el producto está estrictamente creado para ellas, por ende, se debe buscar que ciudad que pueda favorecer la actividad económica presente y futura de la empresa.

Por lo dicho anteriormente se presenta una gráfica en donde se muestra la cantidad y el porcentaje de mujeres y hombres en las ciudades más atractivas para posicionar la empresa en España, esta grafica establece porcentajes del año 2016.

*Ilustración 8 Habitantes por ciudad*

	MUNICIPIO	HABITANTES	% MUJERES	% HOMBRES
1	Madrid	3.141.991	53,51	46,49
2	Barcelona	1.604.555	52,66	47,34
3	Valencia	786.189	52,26	47,74
4	Sevilla	693.878	52,5	47,5
5	Zaragoza	664.953	51,91	48,09
6	Málaga	569.130	51,89	48,11
7	Murcia	439.889	51,08	48,92
8	Palma de Mallorca	400.578	51,28	48,72
9	Palmas de Gran Canaria, Las	379.766	51,48	48,52

*Fuente:* <http://www.lavanguardia.com/vangdata/20160429/401448833812/municipios-mas-mujeres-hombres.html>

- **Población de mujeres:**

Este indicador es de suma importancia, ya que las mujeres son nuestros clientes más potenciales y los Jeans son creados estrictamente pensando en cada una de ellas.

Madrid tuvo un incremento en sus habitantes en donde la población femenina fue la más destacada con un 3.349.257 de mujeres, lo que supone que es el 53,51% del total de la población mientras que los hombres cuentan con un 46,49%.

- **Rango de edades: (mujeres):**

Al determinar esta variable se puede identificar el intervalo entre las edades de las mujeres que habitan en Madrid.

**0-14 años:** 15,4% (hombres 3.791.781/mujeres 3.575.157)

**15-24 años:** 9,6% (hombres 2.370.289/mujeres **2.212.511**)

**25-54 años:** 45,9% (hombres 11.158.451/mujeres **10.752.197**)

**55-64 años:** 11,4% (hombres 2.662.055/mujeres **2.799.379**)

**65 años y más:** 17,6% (hombres 3.582.643/mujeres 4.833.478)

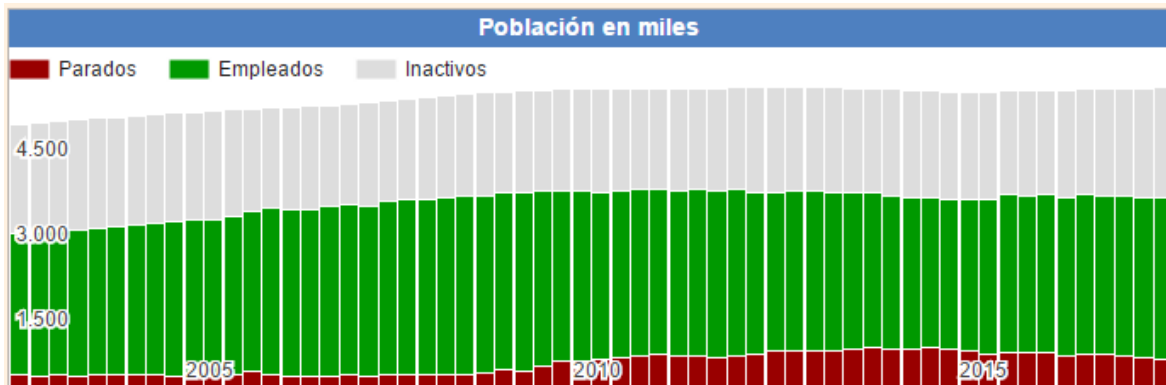
*Fuente: [http://www.indexmundi.com/es/espana/distribucion\\_por\\_edad.html](http://www.indexmundi.com/es/espana/distribucion_por_edad.html) (2014 est)*

Según el análisis realizado, aunque es mayor el rango de edad para los hombres, este no se considera una amenaza, ya que la diferencia entre estos dos es mínima y esto beneficia a la empresa JEMA ECO JEANS S.A.S porque el rango de edad más potencial para la compra y utilización de los jeans son las mujeres entre los 15 a 55 años.

- **% De Desempleo:**

En Madrid el desempleo es alto, por ende, la situación en la que se encuentran las personas en este lugar es no es muy beneficiosa, pero gran parte de la población cuentan con poder adquisitivo alto para comprar el jean de JEMA ECO JEANS S.A.S, por ende esta variable no es considerada una gran amenaza para la venta del producto.

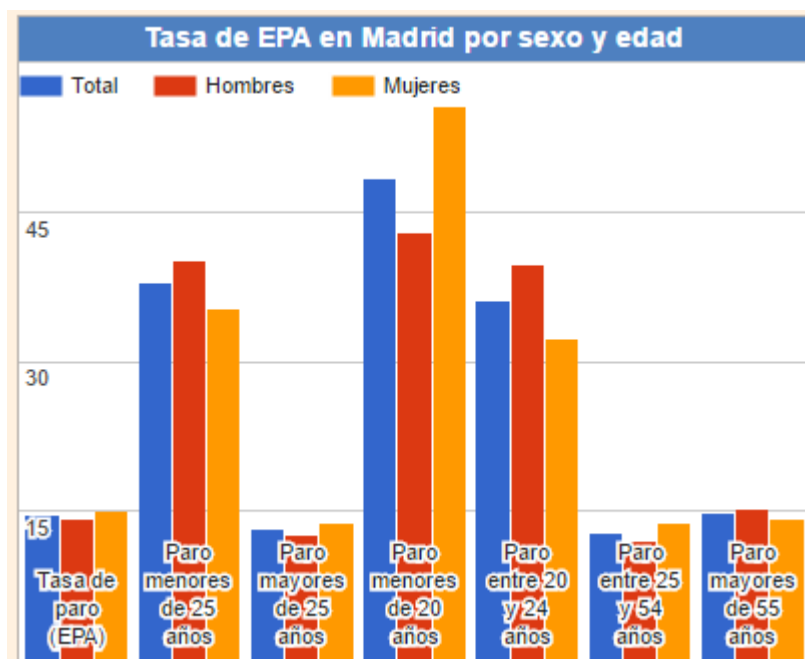
Ilustración 9 Población de desempleados en Madrid



Fuente: <http://www.datosmacro.com/paro-epa/espana-comunidades-autonomas/madrid>

- **Población económicamente activa:**

Ilustración 10 Tasa de EPA en Madrid por sexo y edad



Fuente: <http://www.datosmacro.com/paro-epa/espana-comunidades-autonomas/madrid>

Según las estadísticas encontradas, la PEA se divide en población económicamente activa e inactiva, esta determina la fuerza laboral y el poder adquisitivo que tienen las personas, es decir son aquellos que ya están en edad de trabajar y tienen la capacidad de incorporarse en un mercado. La anterior estadística se puede evidenciar que



las mujeres que pertenecen al rango de edad seleccionando son aquellas con mejor PEA que los hombres.

Por lo dicho anteriormente JEMA ECO JEANS S.A.S tendrá como consumidoras mujeres que tienen empleo y por ende manejan un poder adquisitivo para invertir en el producto.

**Mercado seleccionado:** Teniendo en cuenta las diferentes variables se estableció el país, la ciudad y el área donde JEMA ECO JEANS S.A.S comercializará el Jean.

- **Pais:** España
- **Cuidad:** Madrid
- **Area:** Plaza mayor

La Plaza Mayor es una gran plaza en el centro de Madrid. Hoy sirve como un lugar de encuentro para los turistas y lugareños por igual, y ha sido la anfitriona de una gran variedad de festividades a lo largo de la historia, incluyendo corridas de toros, partidos de fútbol y ejecuciones durante la Inquisición española.

La plaza fue construida en el siglo XVII durante el reinado de Felipe III, la estatua central es un guiño a él supervisando la finalización del proyecto. Las paredes exteriores son una serie de edificios de tres pisos residenciales con balcones con vistas al centro y ofrecen excelentes vistas de lo que ocurre en la plaza

El más prominente de los edificios de la plaza es la Casa de la Panadería, Casa de Gremio de panaderos, que hoy cumple funciones municipales y culturales. También hay varias tiendas y restaurantes que ocupan la planta baja de los edificios y ofrecen refrigerios para los viajeros sedientos y hambrientos admirando la plaza.

<https://es.viator.com/es/7380/Madrid-attractions/Plaza-Mayor/d566-a851>

Plaza mayor se encuentra ubicado el centro de Madrid, este lugar es el encuentro para miles de turistas, en donde son constante las festividades, conciertos y esta cerca a lugares característicos de Madrid, estas razones concluyeron a que este lugar es en el cual JEMA ECO JEANS S.A.S comercializara su prenda en un 70%.

### **3.3 Cuantificación del mercado Meta para los Bienes y/o Servicios:**

La población total española es 46.468.102 millones de personas, el mercado objetivo de la empresa JEMA ECO JEANS S.A.S seria las mujeres con un total en la población de 45.182, con edades promedio de: 15-24 años: 9,56% ( las mujeres cuenta con un 2243311 de la población ) 25-54 años: 45,24% ( femenina 10771652), de un nivel socioeconómico medio-alto, ya que, los productos tendrían costo no asequible para todas las usuarias por la tela implementada en el jean, el nivel de educación de las mujeres será aproximadamente de un nivel 3-4: educación secundaria y postsecundaria y un nivel 5-8: ciclo de educación superior y doctorados, puesto que, estos niveles de educación comprenderán la utilidad del jean y tendrán la capacidad de adquirir el producto, la media salarial seria alrededor de 23.000 euros anuales.

El criterio de compra de los consumidores seria por calidad, puesto que, los jeans en la tela implementada tendrían un alto costo y las usuarias exigirán calidad; moda, en el mercado que está enfocado el producto, pide constantemente cambios en el estilo del jean, con tendencias que estén en el momento; temporada, según la temporada en que se encuentre el país el producto se ajustara a las necesidades; frecuencia de compra, sería un producto en constante compra, ya que, es un producto de primera necesidad; el lugar de compra, debe estar ubicado en una zona comercial donde el consumidor tenga un nivel económico medio-alto para adquirir el producto.

### **3.4 Mercado Competidor:**

Los competidores de la empresa JEMA ECO JEANS S.A.S serán:

Tabla 2 Competidores ZARA

<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	ZARA	<b>PAGINA WEB:</b> <a href="http://www.zara.com/es/es/mujer/jeans/ver-todo-c719019.html">http://www.zara.com/es/es/mujer/jeans/ver-todo-c719019.html</a>	
<b>PRODUCTOS DESTACADOS</b>	<b>PRECIO</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
JEANS	39,95 EUR	Es una marca reconocida a nivel mundial y cuenta con gran aceptación en el mercado español	Cuenta con dudosa elaboración en sus procesos de elaboración de producto
PANTALONES	39,95 EUR		
FALDAS	29,95 EUR		
<b>ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN</b>	Página web, redes sociales, marketing bien direccionado		
<b>CANALES DE DISTRIBUCIÓN</b>	Franquicias		

*Fuente: Elaboración propia*

Tabla 3 Competidores MANGO

<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	MANGO	<b>PAGINA WEB:</b> <a href="http://shop.mango.com/ES/m/mujer/prendas/pantalones?m=familia&amp;v=26%2C326">http://shop.mango.com/ES/m/mujer/prendas/pantalones?m=familia&amp;v=26%2C326</a>	
<b>PRODUCTOS DESTACADOS</b>	<b>PRECIO</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
JEANS	39,99 EUR	Buen posicionamiento en el segmento en el cual compite (mujer)	es una empresa familiar, no cotiza en bolsa, además pocas ventas online
PANTALONES	39,99 EUR		
FALDAS	25,99 EUR		
<b>ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN</b>	Página web, redes sociales, marketing bien direccionado		
<b>CANALES DE DISTRIBUCIÓN</b>	Franquicias		

*Fuente: Elaboración propia*

Tabla 4 Competidores H&amp;M

<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	H&M	<b>PAGINA WEB:</b> <a href="http://www2.hm.com/es_es/mujer/compra-por-producto/pantalones.html">http://www2.hm.com/es_es/mujer/compra-por-producto/pantalones.html</a>	
<b>PRODUCTOS DESTACADOS</b>	<b>PRECIO</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
JEANS	39,99 EUR	El precio en general es muy asequible, cuenta con una reputación entre clientes gustan de estilo y seguir moda	los productos no son de buena calidad, utiliza manufactura económica que contribuye a problemáticas sociales
PANTALONES	19,99		
FALDAS	29,99 EUR		
<b>ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN</b>	Página web, redes sociales, marketing bien direccionado		
<b>CANALES DE DISTRIBUCIÓN</b>	Franquicias		

*Fuente: Elaboración propia*

Tabla 5 Competidores BERSHKA

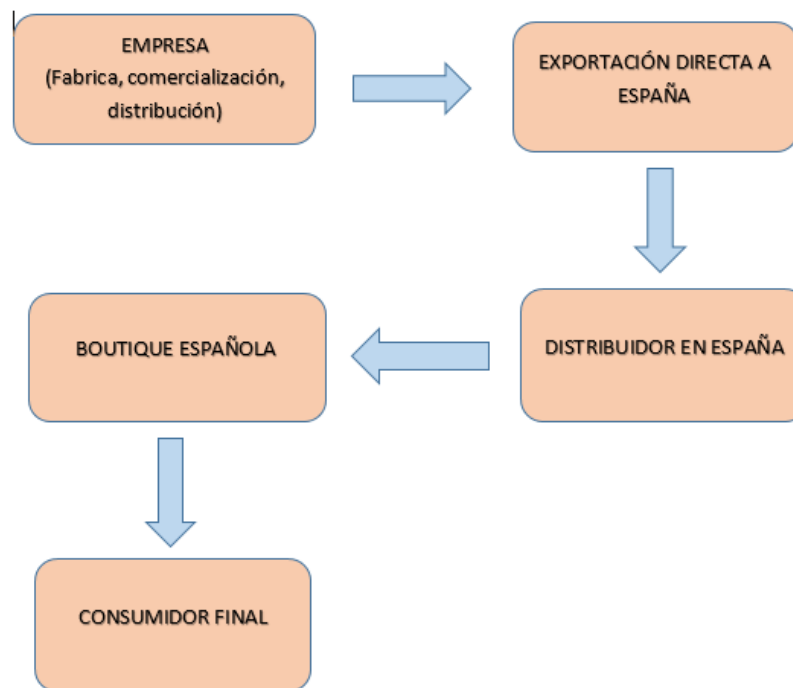
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	BERSHKA	<b>PAGINA WEB:</b> <a href="https://www.bershka.com/es/mujer/ropa/faldas-c1010193224.html">https://www.bershka.com/es/mujer/ropa/faldas-c1010193224.html</a>	
<b>PRODUCTOS DESTACADOS</b>	<b>PRECIO</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
JEANS	35,99 EUR	Es una marca reconocida a nivel mundial	Baja calidad en los productos
PANTALONES	19,99 EUR		
FALDAS	17,99 EUR		
<b>ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN</b>	Pagina web, redes sociales, marketing bien direccionado		
<b>CANALES DE DISTRIBUCIÓN</b>	Franquicias		

Fuente: Elaboración propia

### 3.5 Mercado Distribuidor:

La empresa JEMA ECO JEANS S.A.S cuenta con su punto de fabricación, comercialización y distribución a nivel nacional en la ciudad de Medellín, Antioquia, donde se realizará exportaciones directas a España, con su distribuidor en este país.

Ilustración 11 Mercado distribuidor



Fuente: Elaboración propia

### 3.5.1 Distribución Directa:

JEMA ECO JEANS S.A.S cuenta, con su punto de fabricación, distribución y comercialización a nivel nacional en Medellín, y la distribución directa en España será a través de una página web

*Tabla 6 Costos*

<b>COSTO</b>		
Creación página web	2'500.000	Única vez
Administración de la pagina	2'000.000	Mensual

*Fuente: Elaboración propia*

### 3.5.2 Distribución a través de terceros:

La comercialización de jeans en España será a través de un distribuidor, que venderá a boutiques, que este a su vez le venderá al consumidor final.

*Tabla 7 Distribuidor en España Moda de Colombia*

<b>Nombre del distribuidor</b>	Moda de colombia	<b>Timepo en el mercado</b>	12 años
<b>Producto destacado</b>	<b>Precio</b>	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
Jeans PUSH UP	31,68 EUR	Posicionamiento en el mercado español	Venden mas marcas colombianas y esto hace que no se concentre en un solo producto
<b>Compra minima</b>	4.629,00 EUR		
<b>Pagina web</b>	<a href="http://modadecolombia.com/">http://modadecolombia.com/</a>		

*Fuente: Elaboración propia*

Tabla 8 Distribuidor en España Latín Moda

Nombre del distribuidor	Latín moda	Timepo en el mercado	13 años
Producto destacado	Precio	Fortalezas	Debilidades
Jeans PUSH UP	30,25 EUR	Conocimiento en el mercado	venden variedad de marcas colombianas
<b>Compra minima</b>	4.629,00 EUR		
<b>Pagina web</b>	<a href="http://www.latinmoda.net/">http://www.latinmoda.net/</a>		

*Fuente: Elaboración propia*

Tabla 9 Distribuidor en España Kpricho's

Nombre del distribuidor	Kpricho's	Timepo en el mercado	N.A
Producto destacado	Precio	Fortalezas	Debilidades
Jeans PUSH UP	49,95 EUR	Distribuye al mercado español con un tiempo de entrega de 24 horas	Precios de venta elevados
<b>Compra minima</b>	4.629,00 EUR		
<b>Pagina web</b>	<a href="https://www.miropacolombiana.com/">https://www.miropacolombiana.com/</a>		

*Fuente: Elaboración propia*

### 3.6 Comunicación y Actividades de promoción y divulgación:

#### 3.6.1 Comunicación:

**Logo:**



**Slogan:** 'Think different and just do it'

**Empaque:**

JEMA ECO JEANSS.A.S utilizara un empaque, para facilitar su manejo, este empaque es una bolsa ecológica plana con tiras confeccionadas, las cuales son resistentes y su valor no es tan alto, pueden resistir las altas humedades relativas de los almacenes y darle un valor agregado al producto, ya que al considerarse una bolsa ecológica que ayuda al medio ambiente además puede ser reutilizable para otras acciones, por lo dicho anteriormente, el empaque de JEMA ECO JEANSS.A.S se convierte en un empaque atractivo y práctico para los consumidores, este empaque tendrá el logo de la empresa y como fondo ciertos colores distintivos como es el verde, el azul y el marrón, ya que estos colores representan lo siguiente:

**El verde:** Es un color que remite a la naturaleza y transmite valores ecológicos. Es un color que se utiliza para el cuidado de la salud y de las buenas intenciones. Es versátil y agradable.

**El azul:** Es identificado por ser el color del cielo, del agua, de ríos, de mares, representa estabilidad y profundidad.

**El marrón:** Es el color que representa a la tierra y a la madera. Transmite simplicidad y calidez

Por lo dicho anteriormente nuestro empaque tendrá estos colores, ya que JEMA ECO JEANS S.A.S busca ser un producto ecológico en pro al medio ambiente (Verde), optimizando el uso del agua, en donde nuestra prenda no necesita de este factor (Azul) y por consecuencia estamos salvando poco a poco los recursos del planeta tierra (Marrón).

### 3.6.2 Actividades de promoción y divulgación:

*Tabla 10 Costos promocionales*

Actividades de promoción	Mes en el que se llevara a cabo la actividad	Costo
Redes sociales.	Todos los meses	500.000

Página Web	TODOS los meses	1'200.000
Eventos Promocionales	Enero/ Septiembre	5.000.000,00 COP = 1.585,83 EUR/ cada evento

*Fuente: Elaboración propia*

### **Redes Sociales:**

Actividades: Estas actividades se llevarán a cabo en Facebook e Instagram, cada una de las actividades se hará en ambas redes sociales.

- En Facebook y en Instagram se publicará una foto en donde se dará a conocer el nuevo producto, esta foto tendrá como pie de página información acerca de la empresa y el producto. (Esta publicidad se hará 3 veces en la semana por 1 mes)
- Cuando ya la empresa y el producto este un poco más posicionada se hará un concurso en el cual, subiremos una foto de nuestro producto y la persona que más comparta la foto y obtenga más 'Me gusta', podrá llevarse completamente gratis un jean de JEMA ECO JEANS S.A.S. (Esta actividad se realizará cada 20 días por dos meses)
- Realizar diferentes memes y videos con mensajes subliminares que permitan atraer la atención de los diferentes consumidores, cuyos mensajes serán en pro al medio ambiente y claro está destacando el valor agregado del producto. (Esta actividad se llevará a cabo cada semana, por dos meses)

Utilizar las redes sociales puede ser una herramienta poderosa para el comienzo de la empresa, ya que en esta encontramos que miles de personas de todas partes del mundo tienen acceso a ella, por ende se puede compartir la nueva prenda de JEMA ECO JEANSS.A.S y si se tiene un control constante de esta red social lograremos reforzar nuestra marca en varias partes del mundo, aumentar los canales de comunicación con los



clientes, nuevas oportunidades de negocio, realizar seguimiento a nuestras competencia y realizar mejoras en nuestra imagen, posicionarnos en internet,etc.

Este será nuestra primera actividad de promoción, estas actividades manejan un costo relativamente bajo, ya que solo se debe invertir en lo siguiente:

- Diseño de las publicaciones, memes o videos: 20.000 x c/u
- Compartir dichas publicaciones en páginas ambientales y de moda: 30.000
- Las prendas que se regalaran: 50.000 c/u, no es el valor real del jean, ya que estos primeros jeans hacen parte de la inversión para dicha publicidad.

### **Página Web:**

Al igual que las redes sociales, una página Web de la empresa traerá grandes beneficios, en donde se demostrará a los clientes una mayor conciencia de la organización, se tendrá promociones por el lanzamiento del producto, valorar posible internacionalización, obtención de información amplia para solucionar dudas de nuestros clientes.

Las redes sociales y la página web se activarán al mismo tiempo, ya que ambas herramientas se complementan y por ende se puede lograr un mayor posicionamiento electrónico, en donde los clientes conocerán más a fondo de nuestra prenda y por consecuencia incentivar a la compra de este.

### **Eventos promocionales:**

Esta actividad será llevada a cabo al momento de que la marca JEMA ECO JEANS S.A.S ya esté posicionada a nivel nacional e internacional, ya que el propósito de los eventos promocionales, es que por medio de una preparación amplia de marketing se pueda incrementar nuevas ventas, aumentar y mejorar el reconocimiento de su marca, aumentar el posicionamiento de la prenda JEMA ECO JEANS S.A.S, ganar el respeto y/o la confianza de los clientes actuales y potenciales.

### **El primer evento promocional que se llevará a cabo será:**

### **Apertura e inauguración de la empresa y demostraciones de la prenda:**

Este evento se llevará a cabo en el mes de enero y diciembre. Principalmente se estipulará un día y una hora, el lugar será en plaza mayor España, en donde los invitados serán a aquellos que han estado pendiente de redes sociales, ya que dicha inauguración será avisada por medio de las mismas, la idea es que tanto las personas que nos siguen como las personas que aún no nos conocen se acerquen y conozcan de la marca, se tendrá diferentes actividades que permitirán un conocimiento más amplio del producto como tal y una decoración atractiva, al final de la inauguración se ofrecerá un pequeño detalle ( ponqué ).

Cada uno de estos eventos tendrá una estructura de planificación y ejecución de actividades en donde quede claro la función y el toque innovador de la prenda JEMA ECO JEANS S.A.S.

### 3.7 Plan de Ventas:

La empresa JEMA ECO JEANS S.A.S tiene una proyección de ventas basada en el promedio de exportación de una mediana empresa en el sector textil; basándonos en el 60% de la exportación, se iniciaría con 564 unidades y con un aumento del 10% anual durante los 5 años.

*Tabla 11 Proyección de ventas anual*

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL DE VENTAS (UNIDADES)	564	620	682	751	826
PRECIO PROMEDIO (USD)	30	32	33	35	36
TOTAL DE VENTAS	USD 16.920	USD 19.543	USD 22.572	USD 26.070	USD 30.111

(USD)					
TRM FIJA	2700	2700	2700	2700	2700
TOTAL VENTAS (COP)	\$ 45.684.000,00	\$ 52.765.020,00	\$ 60.943.598,10	\$ 70.389.855,81	\$ 81.300.283,46
% CRECIMIENTO ESTIMADO	0%	10%	10%	10%	10%

*Fuente: Elaboración propia*

## CAPÍTULO IV. TRATADOS COMERCIALES

### 4.1 Tratados comerciales:

El tratado comercial que hay entre Colombia y España es el acuerdo comercial entre la unión europea, Colombia y Perú.

“El Acuerdo Comercial entre Colombia y el Perú, por una parte, y la Unión Europea y sus Estados Miembros, por otra, fue firmado en la ciudad de Bruselas, Bélgica, el 26 de junio de 2012.

Por parte de la Unión Europea, el Parlamento Europeo aprobó el Acuerdo el 11 de diciembre de 2012, y posteriormente notificó la culminación de sus trámites internos para la aplicación provisional del Acuerdo el 27 de febrero de 2013.

Por el lado de Colombia, el trámite interno para su aprobación en el Congreso de la República inició en el mes de noviembre de 2012, hasta el 5 de junio de 2013, finalizando con la sanción del Presidente Juan Manuel Santos, mediante la Ley 1669 del 16 de julio de 2013. Sin embargo, el Acuerdo continúa su trámite ante la Corte Constitucional.

El Presidente de la República mediante el Decreto 1513 del 18 de julio de 2013 dio aplicación provisional al Acuerdo Comercial y se notificó a la Unión Europea el cumplimiento de los procedimientos internos requeridos para tal efecto. Adicionalmente, mediante el mismo Decreto se tomó la determinación de dar aplicación provisional al Acuerdo a partir del 1° de agosto de 2013.

El 31 de julio de 2013 mediante el Decreto 1636 se implementa los compromisos de acceso a los mercados adquiridos por Colombia en virtud del Acuerdo Comercial.

El 5 de noviembre de 2014 el Gobierno Nacional expidió el Decreto 2247 a través del cual se señala que nuestro país continuará aplicando sin solución de continuidad, en los términos señalados en el Decreto 1513 de 2013, el Acuerdo Comercial suscrito con la Unión Europea y sus Estados miembros, luego de haberse cumplido con todos los requisitos internos previstos en nuestra ley para la aprobación del mismo.” Accedido el 16 de abril, 2017, desde

*Fuente:*[http://www.tlc.gov.co/publicaciones/18028/acuerdo\\_comercial\\_entre\\_la\\_union\\_europea\\_colombia\\_y\\_peru](http://www.tlc.gov.co/publicaciones/18028/acuerdo_comercial_entre_la_union_europea_colombia_y_peru)

## **4.2 Posiciones arancelarias y beneficios arancelarios:**

La posición arancelaria para los jeans es 6204.62.00.00 en Colombia y 6204.62.00 es para la unión europea; el arancel para el ingreso al mercado español es del 13%.

La empresa JEMA ECO JEANS S.A.S no cuenta con beneficio arancelario, ya que, no cumplimos con los requisitos expuestos en el tratado, según la partida arancelaria

*Ilustración 12 Requisitos para el beneficio arancelario*

Partida SA	Descripción del producto	Elaboración o transformación aplicada en los materiales no originarios que confiere el carácter originario	
(1)	(2)	(3)	o (4)
ex Capítulo 62	Prendas y complementos (accesorios) de vestir, excepto los de punto, con excepción de:	Fabricación a partir de hilados <sup>66 67</sup>	
ex 6202, ex 6204, ex 6206, ex 6209 y ex 6211	Prendas para mujeres, niñas y bebés, y otros complementos de vestir para bebés, bordadas	Fabricación a partir de hilados <sup>68</sup>	
		o	
		Fabricación a partir de tejidos sin bordar cuyo valor no exceda el 40 por ciento del precio franco fábrica del producto <sup>69</sup>	
ex 6210 y ex 6216	Equipos ignífugos de tejido revestido con una lámina delegada de poliéster aluminizado	Fabricación a partir de hilados <sup>70</sup>	
		o	
		Fabricación a partir de tejidos sin impregnar cuyo valor no exceda el 40 por ciento del precio franco fábrica del producto <sup>71</sup>	
6213 y 6214	Pañuelos de bolsillo, chales, pañuelos de cuello, pasamontañas, bufandas, mantillas, velos y artículos similares:  - Bordados	Fabricación a partir de hilados simples crudos <sup>72 73</sup>	
		o	

Fuente:

[http://www.tlc.gov.co/loader.php?!Servicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=67367&name=Anexo\\_II\\_-\\_Relativo\\_a\\_la\\_definicion\\_del\\_Concepto\\_de\\_Productos\\_Originarios.pdf&prefijo=file](http://www.tlc.gov.co/loader.php?!Servicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=67367&name=Anexo_II_-_Relativo_a_la_definicion_del_Concepto_de_Productos_Originarios.pdf&prefijo=file)

**Notas explicativas del tratado (nota 5):**

“Un tejido de lana de la partida 5112 obtenido a partir de hilados de lana de la partida 5107 y de fibras sintéticas discontinuas de la partida 5509 es un tejido mezclado. Por consiguiente, se podrá utilizar hilados sintéticos que no cumplan las reglas de origen (que requieren la fabricación a partir de materiales químicos o pasta textil) o hilados de lana que tampoco cumplan las reglas de origen (que requieren la fabricación a partir de fibras naturales, no cardadas, peinadas o preparadas de otro modo para el hilado) o una combinación de ambos, siempre que su peso total no exceda del 10 por ciento del peso del tejido.” Accedido el 16 de abril, 2017, desde

*Fuente:*

*[http://www.tlc.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=67367&name=Anexo\\_II\\_Relativo\\_a\\_la\\_definicion\\_del\\_Concepto\\_de\\_Productos\\_Originarios.pdf&prefijo=file](http://www.tlc.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=67367&name=Anexo_II_Relativo_a_la_definicion_del_Concepto_de_Productos_Originarios.pdf&prefijo=file)*

### **4.3 Requisitos y vistos buenos:**

Para la introducción de jeans al mercado español, no existe ninguna exigencia, requisito o visto bueno, a parte de las normas de etiquetado, son las siguientes:

- Indicar la composición de las fibras de manera duradera y legible.
- Se puede exigir idiomas oficiales del país donde se comercializará.
- Etiqueta ecológica (voluntaria)
- Aplica para productos con un menor impacto ambiental: totalidad del ciclo de vida de los productos
- **Criterios:** impacto en el cambio climático, la naturaleza y su biodiversidad, el consumo de energía y recursos, generación de residuos, la contaminación, la emisión de residuos de sustancias peligrosas, sustitución de sustancias peligrosas por unas más seguras, carácter sostenible y la posibilidad de reutilización, el respeto de normas sociales éticas, entre otros.
- **Proceso para obtenerla:** Presentar solicitud ante un estado miembro, verificar por parte de autoridades competentes, firmar un contrato sobre las condiciones de uso en EE.MM
- **Limitación del etiquetado permanente de textiles:**  
Se puede requerir: país de origen, contenido de fibras, instrucciones de seguridad para usos específicos, además de instrucciones de cuidado  
No se establecerá obligaciones: sobre las características de etiquetado, de etiquetar los productos que por su tamaño sería difícil o reduciría su valor, de etiquetar ambas piezas si su comercialización sería en pares.

## 4.4 Participación en ferias especializadas

La primera feria en la cual JEMA ECO JEAN S.A.S se será en MOMAD, se hará con el fin de incrementar nuevas ventas, posicionar su marca y poder generar un impacto positivo en el tema de la moda.

MOMAD lleva varios años realizando este tipo de ferias, este es el espacio tanto para profesionales como para principiantes para impactar con su prenda, ya que lo más importante es que sea una tendencia única, llamativa e innovadora.

MOMAD es considerada un salón internacional de la moda ya que cada uno de las exposiciones que participan en ella deben tener claro el objetivo principal, MAS TENDENCIA + NUEVAS COLECCIONES: MEJORES NEGOCIOS.

**Momad:**

**País:** España

**Ciudad:** Madrid

**Área:** Plaza mayor

*Ilustración 13 Feria MOMAD*

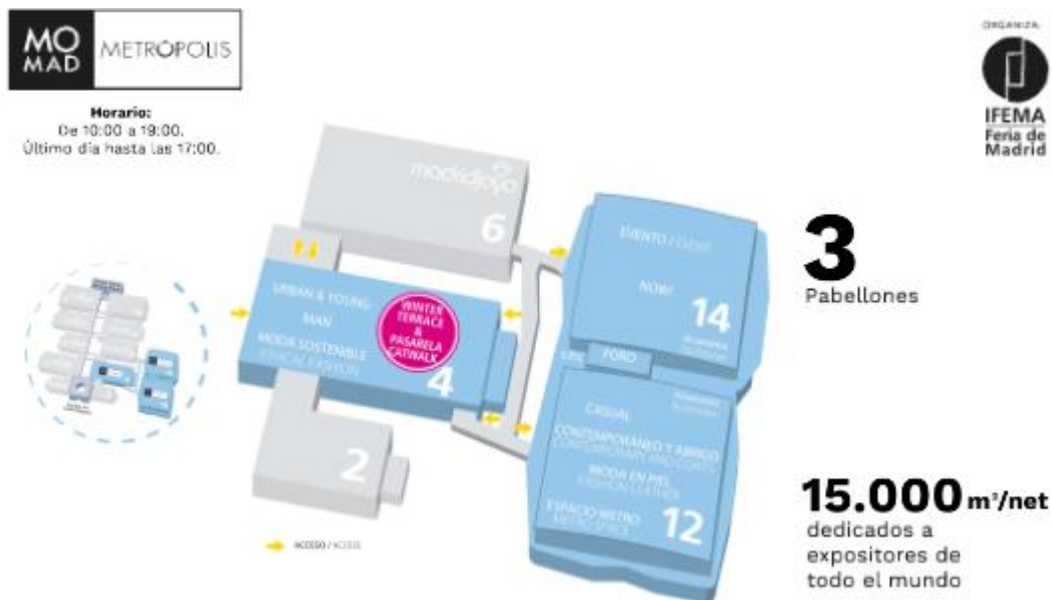


**Costos:**

- **Expositores:** 687, los cuales el 28% de los expositores son calzado y el 8 % expositores de textil.
- **Visitantes:** 2000, los cuales 7.5% son visitantes internacionales.
- **Impacto en medios de comunicación:** Se hacen por medio de campañas publicitarias institucionales, prensa aeropuertos, estaciones, internet, etc.

## Ubicación:

*Ilustración 14 Ubicación feria MOMAD*



## Beneficios de participar:

- Se establece una fecha independiente al inicio de la temporada para aumentar la venta inmediata.
- Se ofrece un servicio diferente, ya que a cada uno de los visitantes se le dedica el tiempo adecuado para que conozca, se sorprenda y si lo desea pueda usar la prenda.



- Momad permite que los participantes que no son de España, tengan un alojamiento y viaje más asequible.
- Cada uno de los participantes son importantes y tendrán su momento de ‘fama’, es decir cada medio de comunicación estará al pendiente para sacar a lucir su prenda en cualquier medio publicitario. (revista, tv, internet, etc).
- Este lugar se considera un punto de encuentro para fomentar relaciones entre visitantes y expositores, se puede asignar diferentes charlas u encuentros entre ellos.

Al crear una relación con el nuevo cliente, se tiene un espacio en el cual los compradores nacionales y extranjeros, claro está que se tiene acompañamiento de personal internacional de MOMAD, cámara de comercio, expositores, es decir se tiene a todas las personas profesionales para que la venta o el negocio se lleve a cabo de la manera más legal posible.

JEMA ECO JEANS S.A.S estaría ubicada en el área Casual, Urban y Young, ya que el JEAN que queremos dar a conocer hace parte de la moda más informal, en esta área se acoge a los expositores que presentan su ‘colección avanzada’, en donde recogerá todas las últimas tendencias y se acercan a un público más joven. En nuestro caso, se presenta un Jean que maneja una tela con Nanotecnología y quiere hacer parte de la última tendencia para una comercialización inmediata y eficaz.

Para dar a conocer nuestra prenda se necesitará de Maniqués, perchas, softwares comerciales, de inventario, decoración, etiquetas, etc y así tener un punto de venta adecuado para el cliente.

### **Inscripción a la feria:**

- **Participación:** JEMA ECO JEANS S.A.S tendrá participación en esta feria dos veces al año en el mes de mayo y septiembre.
- **Tarifas de participación:**

*Ilustración 15 Tarifas de participación en la feria*

		Sólo Suelo	Suelo + Stand con Percheros	Suelo + Stand con Baldas
Tramos m <sup>2</sup>	De 10 a 29,5		199,00 € / m <sup>2</sup>	199,00 € / m <sup>2</sup>
	De 30 en adelante	119,00 € / m <sup>2</sup>	189,00 € / m <sup>2</sup>	189,00 € / m <sup>2</sup>

- **Servicios generales-** La participación en la feria obliga a contratar:  
Presencia en Elementos Promocionales - 300,00 € (incluye 1 usuario WIFI).
- **Se aplicará el 5% de descuento en el alquiler de espacio por pronto pago si abona el 100% de su participación antes del 16 de mayo 2017.** (Tanto para la contratación de sólo suelo como del stand modular).

### El precio del suelo incluye:

- Seguro de Responsabilidad Civil (cubre hasta 60.000,00 €) y Seguro Multiferia (cubre hasta 30.000,00 €)
- Consumo mínimo de energía a razón de 0,13 kw/m<sup>2</sup>
- Una limpieza diaria del stand, no realizándose la de los objetos expuestos.

### El manual del expositor:

Para empresas establecidas en el territorio español (excluyendo Canarias, Ceuta y Melilla) a estos precios se les aplicará el IVA (10%). Para el resto de empresas esta operación queda no sujeta a IVA español (en caso de empresas de la Unión Europea, el expositor será responsable del IVA que, en su caso, se devengue en su país de establecimiento).

### Costos Viáticos:

- **Hospedaje:** Aspacios Calle Mayor Apartments, \$ 387.621 x día, en este apartamento se pueden hospedar 3 personas, su ubicación es apta ya que está situada en el centro de Madrid a pocos pasos de plaza mayor, lugar en donde se piensa realizar la feria Momad, cuenta con un lugar apto para descansar y tiene espacio en el cual se puede dar el último visto bueno a cada una de las prendas antes de ir a la feria.
- **Pasajes:** Los pasajes no son necesarios, ya que el apartamento es cerca al lugar en donde se llevará a cabo el evento, pero se tiene en cuenta el valor de ciertas rutas por si pasa alguna novedad.
- **Tiquetes aéreos:** Estos precios son por las tres personas que se presentaran en la feria.

*Ilustración 16 Tiquetes aéreos*

					
Vuelo Directo					
1 parada					
2 o + paradas	COP\$ 10.126.470	COP\$ 12.513.420	COP\$ 14.164.620	COP\$ 15.048.390	COP\$ 15.305.250

*Fuente:*

*[http://www.tiquetesbaratos.com/aerolineas/avianca/index.php?option=com\\_sabre&view=lowfare&landing=avianca&d=MDEMAD&s=23](http://www.tiquetesbaratos.com/aerolineas/avianca/index.php?option=com_sabre&view=lowfare&landing=avianca&d=MDEMAD&s=23)*

- **Rutas y sus precios:**

Hacia Toledo	00:33	<u>\$13</u>
Hacia Ciudad Real	01:01	<u>\$30</u>
Hacia Valladolid	01:47	<u>\$41</u>
Hacia Cordoba	02:04	<u>\$18</u>
Hacia Huesca	02:13	<u>\$38</u>
Hacia Palencia	02:20	<u>\$44</u>
Hacia Sevilla	02:47	<u>\$31</u>
Hacia Malaga	02:50	<u>\$35</u>
Hacia Castellon	03:19	<u>\$57</u>
Hacia Leon	03:20	<u>\$25</u>
Hacia Pamplona	03:21	<u>\$19</u>
Hacia Logrono	03:23	<u>\$26</u>

- **Alimentación:** En el apartamento hay servicio de alimentación, pero para mayor economía se tiene estipulado un precio para la alimentación de los 3 socios que irán a la feria de 829,98€, es decir 2.650.000 en pesos colombianos.
- **Material de promoción:** Para dar a conocer nuestra prenda se necesitará de Maniqués, perchas, softwares comerciales, de inventario, decoración, etiquetas. **Lo dicho anteriormente tendrá un valor de 958.59€**, es decir 3.000.000 en pesos colombianos.
- **Salario Personal:** Las personas que irán a la feria dos son profesionales en negocios internacionales y la otra persona es una profesional en diseño de modas. **Cada uno tendrá un salario de 2.800.000+ bonificaciones, es decir 876.96€ + bonificaciones.**

- **Otros costos relevantes:** Estos costos se tomarán en caso de emergencia o para celebrar un negocio realizado en la feria, este costo será de **2.400.000**, es decir **751.68€**.

#### **4.6 Liquidación de costos de importación o exportación:**

El lote estándar de venta para los compradores en el exterior, sería aproximadamente de 564 unidades, el tiempo de producción de un lote es de 30 días, el medio de transporte, por el cual se enviaría la mercancía es aéreo, el cual tiene un tiempo de entrega de 8 días sin efectos en aduanas.

La cotización solicitada fue a través de FEDEX, ya que, ellos por medio de su plataforma virtual presta el servicio de cotización con término de negociación DDP, puesto que, ellos entregan la mercancía hasta la puerta del cliente; la empresa cuenta con un convenio con FEDEX, en donde ellos ofrecen unas tarifas más económicas, a través, de su plataforma.

*Ilustración 17 Cotización FEDEX*

Servicios y herramientas | Servicio al cliente y PQR

**FedEx**  
Express

Enviar ▾ Rastrear ▾ Administrar Mi cuenta ▾ Herramientas de aduana ▾

Obtener tarifas y tiempos de tránsito ? Ayuda ▾

\* Denota campo obligatorio. [Preferencias](#) | [Borrar todos los campos](#)

**1. Enviar de / a** ? Ayuda ▾ Editar

De: Alexander Garcia, Medellin, 050015, Colombia | Para: Madrid, 28020, España en 18 abril, 2017.

**2. Detalles del paquete y del envío** ? Ayuda ▾ Editar

Detalles del paquete 11 paquete(s), 28.0 kg, Su embalaje, 0.00 COP.

**3. Tarifas y tiempos de tránsito** ? Ayuda

Las cantidades se muestran en COP

Seleccionar	Fecha / hora de entrega	Servicio	Lista Estandar de Tarifas	Sus tarifas
<input type="radio"/>	lun 24 abr, 2017 por 9:00	FedEx International First®	<u>18768553.00</u>	<u>18768553.00</u>
<input type="radio"/>	lun 24 abr, 2017 por 12:00	FedEx International Priority®	<u>18676085.00</u>	<u>11205708.00</u>
<input type="radio"/>	mié 26 abr, 2017 por 20:00	FedEx International Economy®	<u>15255222.00</u>	<u>7627454.00</u>

**Cálculo de aranceles e impuestos**

- Ciertos países poseen exenciones de impuestos y aranceles que podrían aplicarse tomando como base el valor en aduanas declarado. Su cálculo de impuestos y tarifas no tiene en cuenta estas exenciones. [Saber más](#).

Fuente: <http://www.fedex.com/co/>

Se discriminaron los valores, a través, de una llamada a la asesoría de FEDEX en donde se indicaron el porcentaje del seguro, el cual es del 8%, el agenciamiento de aduanas que es de 100 USD, y los porcentajes del IVA 21% y arancel 13%; ellos cuentan con un sistema de transporte que cubre todo el país de origen y destino (nota: estos valores no los discriminaron)

Nota: la siguiente tabla es un aproximado de discriminación de valores, puesto que, en la cotización no se discriminan los precios y en la llamada que se realizó al asesor fue un aproximado a los valores y porcentajes

Tabla 12 Discriminación valores de cotización

VALOR FLETE + SEGURO + AGENCIAMIENTO DE ADUANA + IVA + ARANCEL	VALOR AGENCIAMIENTO ADUANERO	VALOR FLETES INTERNO ORIGEN, DESTINO E INTERNACIONAL	VALOR SEGURO 8%	IVA 21% ARANCEL 13%
26.423,26 USD	100 USD	15.225,50	2.113,86 USD	8.983,90

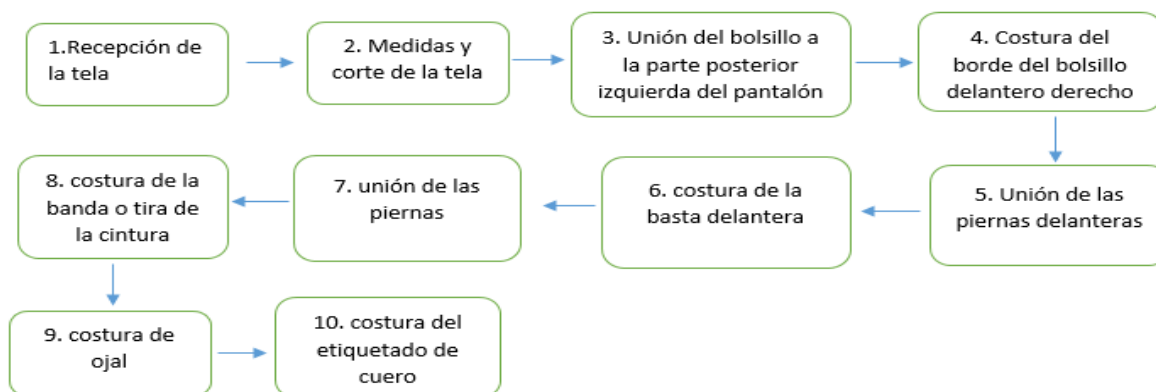
Fuente: Elaboración propia

## CAPÍTULO V. ANÁLISIS TÉCNICO

### 5.1 Descripción del proceso de producción:

En la siguiente grafica se muestra el paso a paso del proceso de producción que realiza el maquilador en la producción de un jean:

Ilustración 18 Proceso de producción



Fuente: Elaboración propia

### Proceso de Comercializador:

En la siguiente grafica se evidencia el proceso de comercialización que se llevara a cabo, claro está que cada proceso tiene una planeación estratégica y profunda, la cual ayudara a cumplir cada uno de los objetivos propuestos.

La comercialización de jeans en España será a través de un distribuidor, que venderá a boutiques, que este a su vez le venderá al consumidor final.

*Ilustración 19 Proceso de comercialización*



*Fuente: Elaboración Propia.*

➤ **Maquinarias:**

En la siguiente tabla se determina la maquinaria junto con su función usada por el maquilador:

*Tabla 13 Maquinaria implementada*

<b>Actividad realizada</b>	<b>Maquinaria implementada</b>
Unión del bolsillo	Máquina de coser triple puntada, es realizada por un operario



Costura del borde del bolsillo	Máquina de coser triple puntada
Unión de las dos piernas delanteras	Máquina de puntada cerrada
Costura de la basta delantera	Máquina de puntada de cerrado
Unión de las piernas	Maquina triple puntada
Costura de la banda o tira	Maquina peinadora
Costura de ojal	Máquina de coser especial
Costura de etiqueta de cuero	Máquina de puntada de cerrado

*Fuente: Elaboración propia*

➤ **Insumos:**

En la siguiente tabla se determina los insumos que utiliza JEMA ECO JEANS S.A.S, después de que el maquilador fabrica todo el jean, con estos insumos JEMA ECO JEANS le da el toque final a la prenda.

*Tabla 14 Insumos*

<b>Insumos</b>	<b>Costo</b>
Botones Metálicos	1,50 COP
Cierres	2,67 COP
Remaches	81 COP
Bolsa Plástica	58,82 COP
Marquilla Talla	2,62 COP
Etiqueta JEMA ECO JEANS	400 COP

*Fuente: Elaboración propia*

## 5.2 Capacidad de producción:

El maquilador tiene una capacidad máxima de producir 850 unidades de jeans mensualmente, ya que, esta empresa cuenta con maquinaria, personal capacitada, agilidad

en la producción de jeans para cumplir con el tiempo estipulado y finalmente cuenta con una infraestructura apta.

*Tabla 15 Capacidad de producción*

<b>Cantidades</b>	<b>Periodo</b>
850 unidades	mensual

*Fuente: Elaboración propia*

### **5.3 Plan de Producción:**

El plan de ventas tiene una proyección de ventas basada en el promedio de una empresa mediana exportadora de 564 unidades anuales, lo cual, podríamos abastecer durante los próximos 5 años del acuerdo, tomando en cuenta que en el último año del se venderán 826 unidades, tomando la última cifra la empresa tiene capacidad de producir 850 unidades mensual. Por lo tanto, tiene la capacidad de producir todas las unidades requeridas durante los 5 años del acuerdo.

*Tabla 16 Plan de producción*

<b>Producto</b>	Jeans
<b>Tamaño lote</b>	850 unidades
<b>Tiempo de producción</b>	Mensual

*Fuente: Elaboración propia*

### **5.4 Recursos materiales y humanos para la producción:**

#### **5.4.1 Locación del maquilador:**

El área cuenta con la zona de corte, que es la encargada de recibir la tela y cortarla, luego se encuentra el área de diseño, es la que diseña el jean y hace las costuras, posteriormente cuenta con el área de producción, que es la encargada de los insumos del jean, luego está la zona de mercadeo, se encargada las ventas nacionales e internacionales, además de formas de promoción, ventas online, etc., además cuenta con su área administrativa y por último se encuentra la bodega.

- **Planos de distribución de planta:**

*Ilustración 20 Planos de distribución*

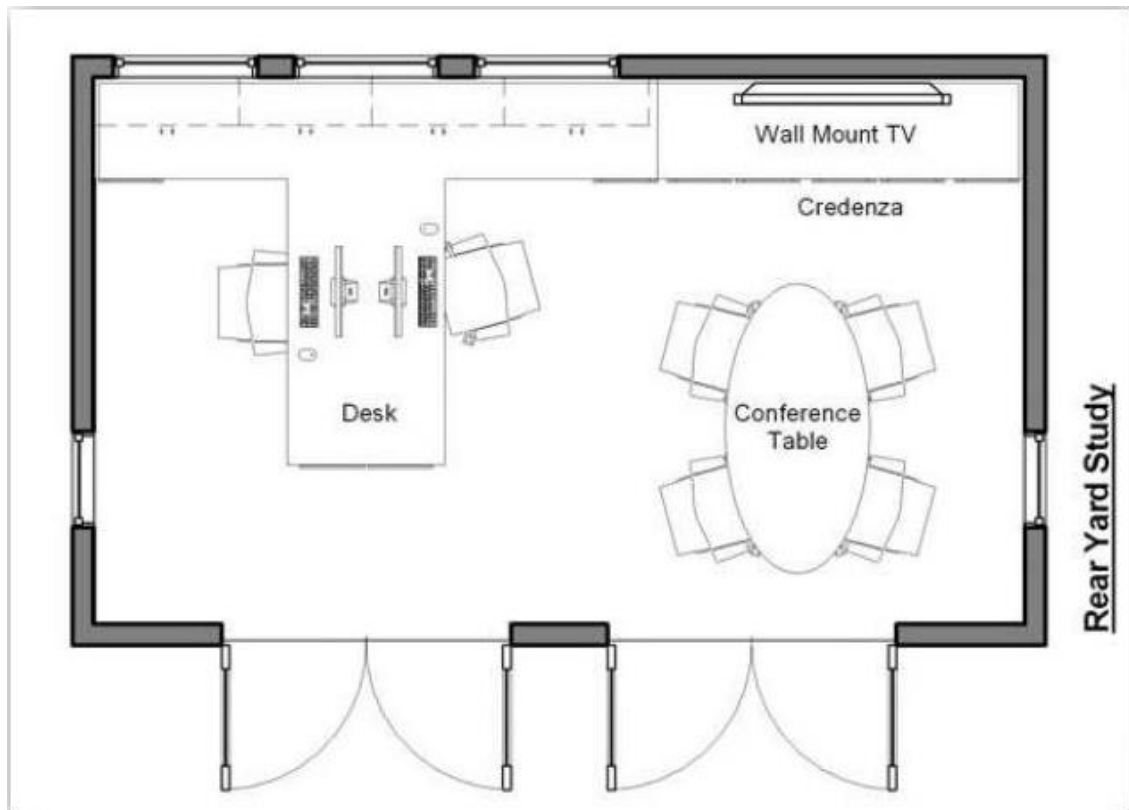


*Fuente: Elaboración propia*

- **Locación de comercialización:**

Locación en donde se lleva a cabo todo el proceso de comercialización.

*Ilustración 21 Planos de distribución oficina*




*Fuente:*

[https://www.google.com.co/search?q=planos+de+oficinas&rlz=1C1PRFC\\_enCO619CO619&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjVy\\_eUx9TTAhUJSiYKHVQ1Df4Q\\_AUICCG&biw=812&bih=346#tbm=isch&q=planos+de+oficinas+peque%C3%B1as&imgsrc=qlt9lgmm94Yo7M:](https://www.google.com.co/search?q=planos+de+oficinas&rlz=1C1PRFC_enCO619CO619&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjVy_eUx9TTAhUJSiYKHVQ1Df4Q_AUICCG&biw=812&bih=346#tbm=isch&q=planos+de+oficinas+peque%C3%B1as&imgsrc=qlt9lgmm94Yo7M:)

*Ilustración 22 Cotización oficina de comercialización*

Código: 9667 Ampliar Información Ver Favoritos



Tipo: Local  
Municipio: Medellin  
Barrio: Prado Centro  
Precio: 1'500.000  
Area: 200

Recomendar a un Amigo

Solicitar una Cita

ESPECIAL PARA OFICINAS EPS O CENTRO ESTUDIANTIL

Fuente: <http://www.arrendamientosvillacruz.com.co/site/proyectos/index/Local?gclid=Cj0KEQjwuZvIBRD-8Z6B2M2Sy68BEiQAtjYS3KC78DoXQOtEXj7vJc3CxErDsbYHEQu64xBulw2xYGIaAoBg8P8HAQ>

#### 5.4.2 Requerimientos de maquinaria:

Maquinaria que utiliza el maquilador para llevar a cabo la elaboración final de la prenda.

*Tabla 17 Maquinaria utilizada por el maquilador*

Maquina	Descripción	Costo
Máquina de coser triple puntada	Es una máquina que estira de manera sincronizada la tela del jean, haciendo que la puntada con la tela sea pareja en ambas extremidades, esta máquina es usada para la unión de los bolsillos del jean.	\$ 2.590.000 c/u

Máquina de coser triple puntada	Esta máquina realiza el segundo procedimiento en la unión de los bolsillos del jean, ya que al momento de unirlos la máquina de coser triple puntada realiza la costura del borde de los bolsillos del jean.	\$ 869.000 c/u
Máquina de puntada cerrada	Este procedimiento realiza un jean con mejor función, robustez y confort, esta máquina es usada para la unión de las dos piernas delanteras, además puede llevar a cabo una memorización de varias tallas de la misma prenda.	\$ 1.449.000 c/u
Maquina triple puntada	La función de esta máquina es sencilla, ya que su objetivo es la unión de las piernas del jean.	\$ 489.000 c/u
Maquina pretinadora	La máquina equipada con tecnología convencional, realiza costura de la banda o tira la cual se usa con dos costuras a la vez para ahorrar el consumo del hilo.	\$ 790.000 c/u
Máquina de coser especial	Es aquella maquina con la cual se realiza los últimos acabados perfectos del jean, ya que la forma de coser de esta máquina es más sencilla,	\$ 649.000 c/u

	realiza costuras centradas y pespuntes, este procedimiento se ve evidenciado en la costura de ojal	
Máquina de puntada de cerrado	Realiza un proceso de obtención, en donde se pronuncia un antabillado en donde las agujas logran un tejido perfectamente lineal, el cual se ve pronunciado en la costura de etiqueta de cuero	\$ 579.000 c/u

*Fuente: Elaboración propia.*

- **Requerimiento de enseres:**

Para llevar a cabo el proceso de comercialización se necesita los siguientes enseres:

*Tabla 18 Enseres necesarios para comercialización*

<b>ENSERES</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>COSTOS</b>
2 Escritorios	Asenti Centro de Trabajo en Metal y Vidrio 160x160x76 cm	\$399.900 UND
1 Mesa de conferencias	Centro de Trabajo en Metal y Vidrio	\$600.000 UND
2 Computadores	Computador Moderno + memoria 4giga	\$ 3.500.000
1 Tablero de notas	En madera, grande	\$ 300,00

1 Televisor	Televisor LED 40 pulgadas Full HD Smart TV	\$1.699.900 UND
2 Sillas de escritorio	Karson, Silla de Escritorio con Brazos Negra	\$94.900 c/u

*Fuente: Elaboración Propia*

#### 5.4.3 Requerimientos de insumos:

Al momento de tener la prenda elaborada, los últimos detalles son realizados por JEMA ECO JEANS S.A.S.

*Tabla 19 Materia prima e insumos*

<b>Insumo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo</b>
Botones Metálicos	Botones metálicos, pueden ser movibles, reversibles, con resinas, los botones metálicos viene en diferentes formas, en más de 7 colores y tonalidades, manejan una medida de 1 y 2 cm de ancho	<b>\$ 94.999</b> paquete por 100 unidades
Cierres	Los cierres pueden ser cierres metálicos, cierres deslizadores , cierre poliéster, con una figura de barra ancha pavonada o en forma de cilindro o níquel, con un largo entre 10 a 15 cm.	<b>\$100.550</b> paquete por 100 unidades
Remaches	Los Remaches que maneja Jema Eco Jeans son remaches tubulares, Ojales de metal y arandelas, algunas son en hierro	<b>\$ 58.990</b> paquete por 100 unidades



	y otras en metal, viene en diferentes colores y diseños.	
Bolsa plástica	Es una bolsa plástica ecológica plana con tiras confeccionadas, las cuales son resistentes y su valor no es tan alto, pueden resistir las altas humedades relativas de los almacenes y darle un valor agregado al producto, ya que al considerarse una bolsa ecológica que ayuda al medio ambiente además puede ser reutilizable para otras acciones	<b>\$5.882</b> paquete por 100 unidades
Etiqueta JEMA ECO JEANS	Estas etiquetas son hechas en serigrafía, sistema mecánico de alta frecuencia, lo que permite obtener efectos de alto o bajo relieve, las etiquetas tienen el logo y el nombre de la marca. En forma de cuadrado.	<b>\$40.000</b> paquete por 100 unidades

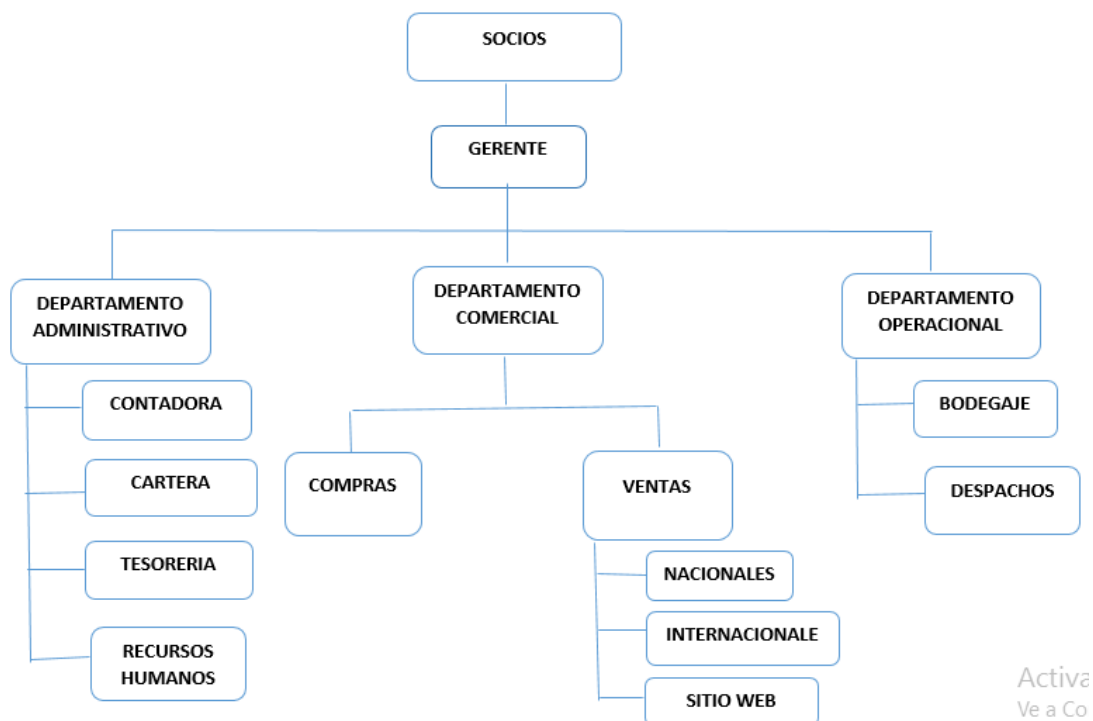
*Fuente: Elaboración Propia*

## **CAPÍTULO VI. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO**

## 6.1 Estructura Organizacional del Negocio

### 6.1.1 Organigrama Estructura Organizacional y Estructura de Personal

Ilustración 23 Estructura organizacional



Activa  
Ve a Co

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20 Cargos empresariales

CARGO	FUNCIÓN	FORMACIÓN	SALARIO
GERENCIA	DIRECCIONAR LA EMPRESA	NEGOCIADOR INTERNACIONAL CON ESPECIALIZACIÓN EN FINANZAS	\$ 5.000.000
CONTADOR	DECLARAR Y MANTENER INFORMACIÓN CONTABLE	CONTADURIA	\$ 2.500.000
CARTERA	COBROS CLIENTES DE CREDITO	TECNOLOGO EN ADMINISTRACIÓN	\$ 1.400.000

		DE EMPRESAS	
TESORERIA	VELAR POR COBROS Y PAGOS, CLIENTES, PROVEEDORES Y EMPLEADOS	TECNOLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	\$ 1.400.000
RECURSOS HUMANOS	VELAR POR EL BIENESTAR DE LOS EMPLEADOS	PSICOLOGA	\$ 1.700.000
VENDEDOR NACIONAL	VENDER A NIVEL NACIONAL	BACHILLER	BASICO: 900.000 + COMISIÓN POR VENTA
VENDEDOR INTERNACIONAL	VENDER Y HACER OPERACIÓN INTERNACIONAL	NEGOCIADOR INTERNACIONAL	\$ 2.500.000
ADMINISTRADOR SITIO WEB	VENTAS ONLINE	INGENIERA DE SISTEMAS	\$ 2.500.000
JEFE DE BODEGA	ADMINISTRAR BODEGA	INGENIERO EN PRODUCTIVIDAD Y CALIDAD	\$ 2.000.000
OPERARIOS	COLABORAR EN BODEGA	BACHILLER	\$ 780.000

*Fuente: Elaboración propia*

## 6.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio:

### 6.2.1 Locaciones Empresa:

La locación de la empresa es:

- Área: 200 mt<sup>2</sup>
- Arriendo: \$1.500.000 mensual
- Ubicación: prado centro

## 6.2.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres:

*Tabla 21 Requerimientos de enseres*

ENSERES	DESCRIPCION	COSTOS	CANTIDAD	INVERSION
Escritorios	Asenti Centro de Trabajo en Metal y Vidrio 160x160x76 cm	\$399.900 UND	2	Inicial
Mesa de conferencias	Centro de Trabajo en Metal y Vidri	\$600.000 UND	1	Inicial
Computadores	Computador Moderno+memoria 4giga	\$ 3.500.000	2	Inicial
Tablero de notas	En madera, grande	\$ 300,00	1	Inicial
Televisor	Televisor LED 40 pulgadas Full HD Smart TV	\$1.699.900 UND	1	Inicial
Sillas de escritorio	Karson, Silla de Escritorio con Brazos Negra	\$94.900 c/u	2	Inicial

*Fuente: Elaboración propia*

## 6.2.3 Requerimientos de materiales e insumos por área:

*Tabla 22 Requerimientos de insumo*

INSUMO	DESCRIPCION	CANTIDAD	INVERSION
Botones Metálicos	Botones metálicos, pueden ser movibles, reversibles, con resinas, los botones metálicos viene en diferentes formas, en más de 7 colores y tonalidades	1 Paquete x 100 unidades	Semanal

Cierres	Los cierres pueden ser cierres metálicos, cierres deslizadores , cierre poliéster	1 Paquete x 100 unidades	Semanal
Remaches	Los Remaches que maneja Jema Eco Jeans son remaches tubulares	1 Paquete x 100 unidades	Semanal
Bolsa plástica	Es una bolsa plástica ecológica plana con tiras confeccionadas, las cuales son resistentes	1 Paquete x 250 unidades	Mensual
Etiqueta JEMA ECO JEANS	Estas etiquetas son hechas en serigrafía, sistema mecánico de alta frecuencia, lo que permite obtener efectos de alto o bajo relieve.	50 etiquetas en 1 impresión	Mensual

*Fuente: Elaboración propia.*

## CAPÍTULO VIII. ANÁLISIS FINANCIERO

### 8.1. Tasas de Rentabilidad

La tasa de descuento o costo de capital se puede definir como el precio que se debe pagar por aquellos fondos que son requeridos para realizar la inversión, es decir, representa una medida de la rentabilidad mínima que se espera que genere el proyecto de acuerdo con el riesgo de la inversión, de forma tal que el retorno esperado permita cubrir la totalidad de la inversión inicial, los egresos de la operación, los intereses pagados y la rentabilidad que el inversionista le exige a su propio capital invertido. Para el caso del Plan de Negocios, Exportación de jeans JEMA ECO JEANS S.A.S se evaluará el proyecto con una tasa de descuento del 15% ya que se trata de un proyecto que no requiere financiación se tuvo en

cuenta una tasa de interés corriente de 0% y también se consideró un incremento de acuerdo a los rendimientos mínimos que se esperan de una inversión para un año de acuerdo con una DTF de 10%.

**Tasa de Rentabilidad:** La tasa que se espera obtener es de un 15%.

## **8.2. Aportes de Capital de los Socios: 132.864.550**

En JEMA ECO JEANS S.A.S se tendrá dos tipos de socios, los primeros son socios fundadores, los cuales no tienen muchas obligaciones que cumplir, ya que dicho socio solo participa en la asamblea fundacional, claro está que este se puede incorporar más tarde, pero si deja de ser socio este debe pasar por el mismo procedimiento que incorporar uno nuevo, las otras socias que existen son socios ordinarios, los cuales son considerados socios a los cuales les corresponden los derechos y deberes establecidos en el contrato.

**Socio fundador:** Este socio invierte \$ 53.145.820, lo cual es 40% del total de invertido por los socios.

**Socios ordinarios:** Cada socia realiza una inversión de \$39.859.365 para un total de \$79.718.730.

**Total, invertido por los socios:** \$132.864.550.

### **8.2.1. Valor Presente Neto:**

VPN: \$81.000

El VPN, descontando los flujos de caja a una tasa del 15% que es la rentabilidad esperada por el emprendedor, es mayor que cero (positivo) lo que indica que el proyecto es viable desde el punto de vista financiero. Este criterio de decisión indica que la empresa

aumentara su valor en el tiempo y que el plan de negocios JEMA ECO JEANS S.A.S se acepta desde el punto de vista financiero.

### **8.2.2. Tasa Interna de Retorno (TIR):**

TIR: Tasa Interna de Retorno = 158.24%

La TIR del proyecto es superior a la rentabilidad esperada por el emprendedor la cual es 15% esto significa que es conveniente invertir en el plan de negocios de JEMA ECO JEANS S.A.S debido a que la rentabilidad que generará supera los rendimientos que se obtendrían si se destinara la misma inversión en otro tipo de proyecto con la tasa de rentabilidad mencionada.

Adicionalmente la TIR es aquella tasa que hace el VPN igual a cero.

PRI: Periodo de Recuperación de la Inversión = 5 años

Este indicador muestra que los recursos invertidos en el proyecto, se recuperan aproximadamente en 36 meses de operación lo que ratifica la viabilidad financiera del plan de negocios si se contempla un escenario temporal de 5 años de evaluación del proyecto. Este indicador nos demuestra que las inversiones efectuadas son fácilmente recuperables si se cumplen con los supuestos de operación del mismo. Consideraciones sobre la Evaluación Financiera (Conclusión)

El Plan de Negocios JEMA ECO JEANS S.A.S es viable desde el punto de vista financiero, presenta indicadores que demuestran una adecuada rentabilidad para los inversionistas. Además, después de analizar los indicadores del proyecto se puede ver que el Plan de Negocios además de ser rentable es sostenible en el tiempo como empresa, presenta un índice de liquidez adecuado que puede respaldar los pasivos que se generan en la empresa. Tiene una Tasa Interna de Retorno que cumple la condición de ser mayor a la rentabilidad esperada por los inversionistas y por lo tanto puede concluirse que el plan de negocios debería llevarse a cabo.

### **8.3 Créditos y Préstamos Bancarios:**

La operación de un préstamo bancario causa que la empresa pague ciertos intereses para restituir el capital prestado para el crecimiento de la misma, JEMA ECO JEANS S.A.S, toma la decisión de no realizar préstamos bancarios con ninguna entidad financiera, ya que estos préstamos se puede incluir en una garantía personal o real, en donde dicha garantías es que la entidad financiera se quede con cierto patrimonio de la empresa o con un determinado bien, se debe tener en cuenta de JEMA ECO JEANS S.A.S es considerada una empresa pequeña /mediana y por ende su deuda puede llegar a convertirse en una garantía hipotecaria, de tal modo de que si no se da la devolución completa del dinero la entidad exige que esta deuda se cobre con un bien inmueble.

Por lo dicho anteriormente, la empresa no realizará ningún préstamo ni crédito, si no que, para alcanzar un crecimiento en la empresa, se hará por medio de socios y ahorros, para realizar este proyecto se tendrá un tiempo estipulado de 5 años.

### **8.4 Precios de los Productos**

#### **8.4.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos**

Los Factores que influyen en la determinacion de los precios son:

- **Competencia:** Este factor es de suma importancia ya que al no fijar bien un precio, la competencia puede tomar ese punto a favor y que el jean de JEMA ECO JEANS S.A.S no se considere un instrumento competitivo ante otras empresas.
- **Calidad del producto:** Determinar la calidad del jean, para garantizar la satisfaccion del cliente y mejorar la percepcion de una marca organizacional, el precio influye en este factor, ya que, gracias a lo dicho anterioirmente se establece una ventaja competitiva importante e indispensable para hacer grandes negocios con futuros clientes.



- Valor agregado: El jean de JEMA ECO JEANS S.A.S tiene un valor agregado, ya que su tela es con nanotecnología, lo cual le da un valor que puede ser analizado en unidades monetarias, por lo dicho anteriormente, este factor se tiene en cuenta a la hora de fijar precios por que este valor agregado se adhiere a la cadena de producción lo cual aumenta el precio.

#### 8.4.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

*Tabla 23 Costos variables*

INSUMO	DESCRIPCION	PRECIO
Botones Metálicos	Botones metálicos, pueden ser movibles, reversibles, con resinas, los botones metálicos viene en diferentes formas, en más de 7 colores y tonalidades	\$5.590
Cierres	Los cierres pueden ser cierres metálicos, cierres deslizadores , cierre poliéster	\$7.250
Remaches	Los Remaches que maneja Jema Eco Jeans son remaches tubulares	\$6.450
Mano de obra	Servicio físico que se le pone al servicio de la fabricación de un bien.	\$32.900
Etiqueta JEMA ECO JEANS	Estas etiquetas son hechas en serigrafía, sistema mecánico de alta frecuencia, lo que permite obtener efectos de alto o bajo relieve.	\$6.130

*Fuente: Elaboracion propia*

Tabla 24 Costos Fijos

INSUMO	DESCRIPCION	PRECIO
Mano de obra indirecta	Mano de obra consumida en las áreas administrativas de la empresa que sirven de apoyo a la producción y al comercio.	\$55.000.000
Arriendo	Utilización de cierto bien, mueble o inmueble, para que lo use y disfrute durante un tiempo a cambio de una cantidad de dinero	\$5.000.000
Servicios públicos	Los <b>servicios públicos</b> de suministro (agua, electricidad y gas) son fundamentales y desempeñan un papel esencial en el desarrollo económico y social.	\$45.000.000
Publicidad	Difusión o divulgación de información	15.000.000

Fuente: Elaboración propia

## 8.5 Ingresos y Egresos

### 8.5.1 Ingresos

#### 8.5.1.1 Ingresos Propios del Negocio

El ingreso es una remuneración que se obtiene por realizar la actividad de ventas del producto de JEMA ECO JEANS s.a.s. Es importante tener en cuenta que al momento de realizar una venta, la empresa tiene el beneficio de obtener ingresos con los cuales se pueden cubrir los salarios de los trabajadores, pagar los bienes que se utilizan en la producción, pagar cuentas etc.

Por el simple hecho de promover una venta se logra adquirir una utilidad neta final la cual abarca los siguientes factores:

Tabla 25 Estado de resultados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
Ventas	548.208.000	724.756.687	765.157.524	751.800.169	743.380.007

Fuente: Elaboracion propia

## 8.5.2 Egresos

### 8.5.2.1 Inversiones

Las inversiones mas representativas para el comienzo de la empresa JEMA ECO JEANS S.A.S son los activos fijos, como los muebles de oficina, arriendo, entre otros. Ademas los gastos pre operativos son una gran inversion, ya que, para empezar el funcionamiento de la empresa se necesita invertir este capital

### 8.5.2.2 Costos Fijos y Variables

Los costos variables de la empresa son la materia prima como la tela, los insumos (botones, remaches, cremalleras, entre otros), la mano de obra que son los operarios.

Los costos fijos de la empresa son la mano de obra indirecta, arriendo, servicios publicos, publicidad, entre otros.

Tabla 26 Modelo Financiero costos fijos y variables

Gastos Operacionales						
Gastos de Publicidad y Ventas	\$	20.000.000	20.940.000	21.589.140	22.258.403	22.926.155
Gastos de Administración	\$	100.000.000	104.700.000	107.945.700	111.292.017	114.630.777
Total Gastos	\$	120.000.000	125.640.000	129.534.840	133.550.420	137.556.933

Costos Variables Unitarios						
Materia Prima (Costo Promedio)	\$/ unid.	22.950,0	28.979,0	29.674,5	31.069,2	32.032,3
Mano de Obra (Costo Promedio)	\$/ unid.	32.900,0	34.446,3	35.514,1	36.615,1	37.713,5
Materia Prima y M.O.	\$/ unid.	55.850,0	63.425,3	65.188,6	67.684,2	69.745,8

Fuente: Elaboración propia

### 8.5.3 Estados Financieros

#### 8.5.3.1 Estado de Perdida y Ganancias y Balance General

El estado de perdidas y ganancias es un estudio que muestra en un periodo de tiempo detalladamente los costos y gastos de una empresa.

El estado de perdidas y ganancias de la empresa JEMA ECO JEAN S.A.S es el siguiente:

*Tabla 27 Estado de pérdidas y ganancias*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
Ventas	548.208.000	724.756.687	765.157.524	751.800.169	743.380.007
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	0	449.437.517	476.252.558	509.814.139	541.102.861
Depreciación	0	3.984.876	3.984.876	1.642.243	1.642.243
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	10.000.000	12.627.000	12.930.048	12.322.336	11.829.442
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>538.208.000</b>	<b>258.707.294</b>	<b>271.990.042</b>	<b>228.021.451</b>	<b>188.805.460</b>
Gasto de Ventas	20.000.000	20.940.000	21.589.140	22.258.403	22.926.155
Gastos de Administración	100.000.000	104.700.000	107.945.700	111.292.017	114.630.777
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	24.600	24.600	24.600	24.600	0
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>418.183.400</b>	<b>133.042.694</b>	<b>142.430.602</b>	<b>94.446.431</b>	<b>51.248.528</b>
Otros Ingresos					
Intereses	0	0	0	0	0
Otros ingresos y egresos	0	0	0	0	0
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>418.183.400</b>	<b>133.042.694</b>	<b>142.430.602</b>	<b>94.446.431</b>	<b>51.248.528</b>
Impuestos (34%)	142.182.356	45.234.516	48.426.405	32.111.787	17.424.499
<b>Utilidad Neta Final</b>	<b>276.001.044</b>	<b>87.808.178</b>	<b>94.004.197</b>	<b>62.334.644</b>	<b>33.824.028</b>

*Fuente: Elaboración propia*

El balance general de la empresa, es el estudio detallado, en donde refleja los activos, pasivos y patrimonios de la empresa.

El balance general de la empresa JEMA ECO JEANS S.A.S es el siguiente:

Tabla 28 Balance general

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>BALANCE GENERAL</b>						
<b>Activo</b>						
Efectivo	123.787.110	535.495.110	244.178.785	264.122.401	224.603.913	186.674.324
Cuentas X Cobrar	0	0	0	0	0	0
Provisión Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Inventarios Materias Primas e Insumos	0	0	0	0	0	0
Inventarios de Producto en Proceso	0	0	0	0	0	0
Inventarios Producto Terminado	0	0	37.785.199	40.019.786	42.621.365	45.228.759
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados	98.400	73.800	49.200	24.600	0	0
<b>Total Activo Corriente:</b>	<b>123.885.510</b>	<b>535.568.910</b>	<b>282.013.185</b>	<b>304.166.787</b>	<b>267.225.279</b>	<b>231.903.083</b>
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	319.900	303.905	287.910	271.915	255.920	239.925
Maquinaria y Equipo de Operación	0	0	0	0	0	0
Muebles y Enseres	5.631.240	6.504.992	4.878.744	3.252.496	1.626.248	0
Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina	3.027.900	4.685.267	2.342.633	0	0	0
	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0
<b>Total Activos Fijos:</b>	<b>8.979.040</b>	<b>11.494.164</b>	<b>7.509.287</b>	<b>3.524.411</b>	<b>1.882.168</b>	<b>239.925</b>
<b>Total Otros Activos Fijos</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>ACTIVO</b>	<b>132.864.550</b>	<b>547.063.074</b>	<b>289.522.472</b>	<b>307.691.198</b>	<b>269.107.447</b>	<b>232.143.008</b>
<b>Pasivo</b>						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	142.182.356	45.234.516	48.426.405	32.111.787	17.424.499
Acreedores Varios	0	0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0
Otros pasivos a LP	0	0	0	0	0	0
Obligación Capital Semilla	0	0	0	0	0	0
<b>PASIVO</b>	<b>0</b>	<b>142.182.356</b>	<b>45.234.516</b>	<b>48.426.405</b>	<b>32.111.787</b>	<b>17.424.499</b>
<b>Patrimonio</b>						
Capital Social	132.864.550	132.864.550	132.864.550	132.864.550	132.864.550	132.864.550
Reserva Legal Acumulada	0	0	27.600.104	36.380.922	45.781.342	52.014.806
Utilidades Retenidas	0	0	0	0	0	0
Utilidades del Ejercicio	0	276.001.044	87.808.178	94.004.197	62.334.644	33.824.028
Revalorización patrimonio	0	0	0	0	0	0
<b>PATRIMONIO</b>	<b>132.864.550</b>	<b>408.865.594</b>	<b>248.272.832</b>	<b>263.249.669</b>	<b>240.980.536</b>	<b>218.703.385</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>132.864.550</b>	<b>551.047.950</b>	<b>293.507.348</b>	<b>311.676.074</b>	<b>273.092.323</b>	<b>236.127.884</b>

Fuente: Elaboración propia

### 8.5.3.2 Flujo de Caja y Evaluación Financiera

El flujo de caja muestra detalladamente los ingresos y egresos de una empresa en un periodo determinado.

El flujo de caja de la empresa JEMA ECO JEANS S.A.S es el siguiente:

Tabla 29 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Flujo de Caja Operativo</b>						
Utilidad Operacional		418.183.400	133.042.694	142.430.602	94.446.431	51.248.528
Depreciaciones		0	3.984.876	3.984.876	1.642.243	1.642.243
Amortización Gastos		24.600	24.600	24.600	24.600	0
Agotamiento		0	0	0	0	0
Provisiones		0	0	0	0	0
Impuestos		0	-142.182.356	-45.234.516	-48.426.405	-32.111.787
<b>Neto Flujo de Caja Operativo</b>		<b>418.208.000</b>	<b>-5.130.186</b>	<b>101.205.562</b>	<b>47.686.869</b>	<b>20.778.984</b>
<b>Flujo de Caja Inversión</b>						
Variación Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Variación Inv. Materias Primas e Insumos <sup>3</sup>		0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. En Proceso		0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. Terminados		0	-37.785.199	-2.234.587	-2.601.579	-2.607.394
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Otros Activos		0	0	0	0	0
Variación Cuentas por Pagar		0	0	0	0	0
Variación Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos		0	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	0	0	-37.785.199	-2.234.587	-2.601.579	-2.607.394
Inversión en Maquinaria y Equipo	0	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	-5.631.240	-2.500.000	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	-3.027.900	-4.000.000	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-8.979.040	-6.500.000	0	0	0	0
<b>Neto Flujo de Caja Inversión</b>	<b>-8.979.040</b>	<b>-6.500.000</b>	<b>-37.785.199</b>	<b>-2.234.587</b>	<b>-2.601.579</b>	<b>-2.607.394</b>
<b>Flujo de Caja Financiamiento</b>						
Desembolsos Capital Semilla	0					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		0	0	0	0	0
Intereses Pagados		0	0	0	0	0
Dividendos Pagados		0	-248.400.940	-79.027.360	-84.603.777	-56.101.180
Capital	132.864.550	0	0	0	0	0
<b>Neto Flujo de Caja Financiamiento</b>	<b>132.864.550</b>	<b>0</b>	<b>-248.400.940</b>	<b>-79.027.360</b>	<b>-84.603.777</b>	<b>-56.101.180</b>
<b>Neto Periodo</b>	<b>123.885.510</b>	<b>411.708.000</b>	<b>-291.316.325</b>	<b>19.943.615</b>	<b>-39.518.487</b>	<b>-37.929.589</b>
Saldo anterior		123.787.110	535.495.110	244.178.785	264.122.401	224.603.913
Saldo siguiente	123.885.510	535.495.110	244.178.785	264.122.401	224.603.913	186.674.324

Fuente: Elaboración propia

## 8.5.4 Estados Financieros Proyectados y Análisis de Sensibilidad

### 8.5.4.1 Análisis de Sensibilidad

Para evaluar la sensibilidad de los jeans se disminuyó el precio de los jeans un 10% y luego se disminuyó las unidades en un 10%, esto se ve reflejado en el TIR (tasa interna de retorno) y en el VAN (valor actual neto)

Tabla 30 Análisis de sensibilidad precio disminución 10%

TIR (Tasa Interna de Retorno)	143.84%
VAN (Valor actual neto)	113.279.210

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 31 Análisis de sensibilidad unidades disminución 10%*

TIR (Tasa Interna de Retorno)	164.84%
VAN (Valor actual neto)	202.324.082

*Fuente: Elaboración propia*

**Ademas se disminuyo un 20% en el precio y en las cantidades**

*Tabla 32 Análisis de sensibilidad precio disminución 20%*

TIR (Tasa Interna de Retorno)	N.A.
VAN (Valor actual neto)	-113.914.206

*Fuente: Elaboración propia*

*Tabla 33 Análisis de sensibilidad unidades disminución 20%*

TIR (Tasa Interna de Retorno)	119.53%
VAN (Valor actual neto)	127.994.538

*Fuente: Elaboración propia*


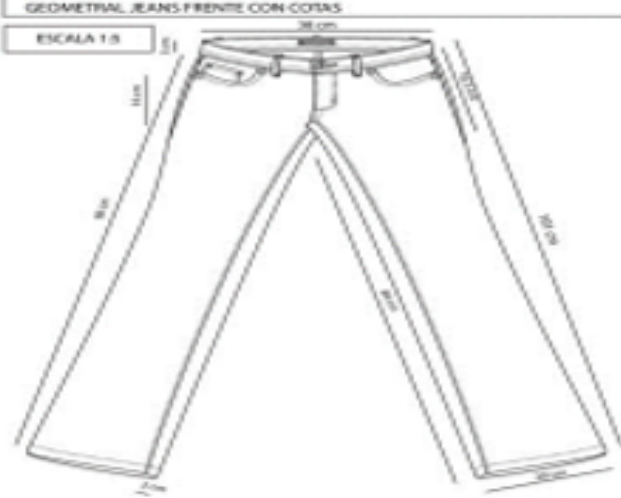
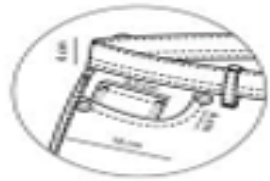
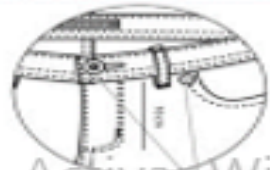
## **8.6 Conclusión Financiera**

En conclusion el proyecto de jeams ecologicos, si es rentable, ya que, se tuvo en cuenta todas las variables, ademas con una buena rentabilidad para la empresa y su sotemiento.

En el analisis de sostenibilidad, se ve reflejado que en la disminucion del precio un 20% no es rentable para la empresa; pero en los otros escenarios el proyecto cuenta con gran viabilidad

## ANEXOS

### Ficha técnica jeans

FICHA TECNICA JEMA ECO JEANS		
ART. Nº	1.2 línea PREMIUM	
Descripción	JEAN CLASICO PARA DAMA	
Curva de tela	XS - S - M - L - XL	
procesos:	Lavado	
DESCRIPCIÓN		
Tela base	Nanotecnología	
Hilo	Coats	
Atraques	tacas plateadas	
Etiquetas	Marca, tela composición	
Cierre	cierre de 12 cm de bronce, plateado	
OBSERVACIONES		
 <p>GEOMETRIA JEANS FRENTE CON COTAS</p> <p>ESCALA 1:5</p> <p>38 cm</p> <p>115 cm</p> <p>105 cm</p> <p>105 cm</p> <p>105 cm</p>		 <p>DETALLE DE BOLSILLO DELANTERO</p> <p>115 cm</p> <p>105 cm</p>
		 <p>DETALLE DE CINTURA, BOTÓN Y CARTERA</p> <p>115 cm</p>

Fuente: elaboración propia



## CONCLUSION

La empresa JEMA ECO JEANS S.A.S incursionara en el mercado español de manera eficiente, ya que, cuenta con un producto altamente innovador, el cual brinda beneficios para el medio ambiente, puesto que, es un jean que no necesita ser lavado constantemente por el tipo de tela en el cual se elaboró, puesto que su tela es anti fluidos.

Además, cuenta con un diseño de corte colombiano, por ende, es PUSH UP, algo muy llamativo para el mercado internacional.

El mercado más favorable para la exportación de este producto es Madrid, España, ya que, en el estudio de mercado realizado, esta cuenta con grandes ventajas en la parte económica, política y cultural, que nos pueden ofrecer una estabilidad en el mercado.

El mercado español es un mercado con grandes oportunidades. Además, éste mercado aprecia los productos innovadores y esto sería un punto a favor para nuestro producto, ya que, es un producto que cuenta con un valor agregado y no se encuentra en el mercado; pero hay que considerar la competencia que se encuentra en este país, puesto que, hay gran cantidad de productos similares al nuestro y con precios bajos.

## BIBLIOGRAFIA

- [http://www.rues.org.co/rues\\_web/consult](http://www.rues.org.co/rues_web/consult)
- <http://trademark-search.marcaria.com/es?q=jema%20eco%20jeans&c=&co=es>
- <http://www.icesi.edu.co/censea/images/VENTAJAS-DEVENTAJAS-SAS.pdf>
- <http://linea.ccb.org.co/descripcionciiu/>
- <http://www.mincit.gov.co/mipymes/publicaciones.php?id=2761>
- <http://www.dian.gov.co/>
- <http://www.ccb.org.co/>
- [http://www.datosmacro.com/ipc-paises/espanaEumonitorinternacional\(passport\)](http://www.datosmacro.com/ipc-paises/espanaEumonitorinternacional(passport))
- <http://ezproxy.eafit.edu.co:2125/portal/analysis/tabhttp://ezproxy.eafit.edu.co:2125/portal/analysis/tab> link importante
- <http://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/esp/http://ezproxy.eafit.edu.co:2125/portal/analysis/tabhttp://datos.bancomundial.org/indicador/SL.TLF.TOTL.IN?locations=ES>
- <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/sp.html> tipo de gobierno
- <http://espanol.doingbusiness.org/Rankings/spain>
- <http://www.indexmundi.com/es/datos/espa%C3%B1a/indice-de-facilidad-de-hacer-negocios#IC.BUS.EASE.XQ> índice de facilidad para hacer negocios
- <http://www.datosmacro.com/estado/indice-competitividad-global/espana> Índice de competitividad
- <http://info.worldbank.org/governance/wgi/index.aspx#reports> Política sostenible y ausencia de violencia y terrorismo
- <https://www.juandemariana.org/ijm-actualidad/analisis-diario/la-rule-law-adulterada>
- <http://info.worldbank.org/governance/wgi/index.aspx#reports> Rule of law

[http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=uriserv:OJ.L\\_.2009.324.01.0023.01.ENGArancel](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2009.324.01.0023.01.ENGArancel)

[http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/taxes/notes&reporterId2=ES&file2=ehit\\_es17\\_01v001/es/main\\_es/ovr\\_vat\\_es\\_1609\\_es.htm&reporterLabel2=Espa%F1a+%28excluyendo+XC+XL%29&languageId=es&status=PRODIVA](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/taxes/notes&reporterId2=ES&file2=ehit_es17_01v001/es/main_es/ovr_vat_es_1609_es.htm&reporterLabel2=Espa%F1a+%28excluyendo+XC+XL%29&languageId=es&status=PRODIVA)

[http://www.spain.info/es/informacion-practica/sobre-espana/sociedad/distribucion\\_de\\_la\\_poblacion.html](http://www.spain.info/es/informacion-practica/sobre-espana/sociedad/distribucion_de_la_poblacion.html)

<http://www.donquijote.org/cultura/espana/sociedad/costumbres/la-ropa-en-espana>

<http://www.abc.es/sociedad/20140909/abci-eurobarometro-espana-preocupacion-medioambiente-201409081729.html>

<https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/>

<http://www.lavanguardia.com/vangdata/20160429/401448833812/municipios-mas-mujeres-hombres.html>

<https://www.esmadrid.com/barrios-de-madrid>

<https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/sp.html>

<http://www.lavanguardia.com/vangdata/20160429/401448833812/municipios-mas-mujeres-hombres.html>

<http://www.ais-int.com/las-familias-vascas-las-que-mas-dinero-ingresan-en-espana/>

[http://www.ine.es/ss/Satellite?L=es\\_ES&c=INESeccion\\_C&cid=1259925481659&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout](http://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259925481659&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout)

<https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/sp.html>

<http://www.datosmacro.com/demografia/poblacion/espana>

<http://www.datosmacro.com/paro-epa/espana-comunidades-autonomas/madrid>

<https://es.viator.com/es/7380/Madrid-attractions/Plaza-Mayor/d566-a851>

<http://mundonegocios.net/ventajas-y-desventajas-de-las-promociones-de-ventas/>

Costos página web: Información obtenida de SARAI CLOTHING S.A

<http://modadecolombia.com/>

<http://www.latinmoda.net/>

<https://www.miropacolombiana.com/>

<http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index.htm>

[http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2013/june/tradoc\\_151540.15-Tomaz%20Gorisek.pdf](http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2013/june/tradoc_151540.15-Tomaz%20Gorisek.pdf)

<http://producciondeljeans.blogspot.com.co/2008/12/descripcin-del-proceso-del-jean-1.html>

[http://www.heritage.org/index/pdf/2016/book/Highlights\\_Spanish.pdf](http://www.heritage.org/index/pdf/2016/book/Highlights_Spanish.pdf)

<https://feriasinternacionales.wikispaces.com/file/view/fundamentos+de+ferias+internacionales.pdf>

[https://es.wikipedia.org/wiki/Coeficiente\\_de\\_Gini](https://es.wikipedia.org/wiki/Coeficiente_de_Gini)

<http://espanol.doingbusiness.org/about-us>

<http://economipedia.com/definiciones/barreras-de-entrada.html>