



PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE POETY PARA LA EXPORTACIÓN
DE BLUSAS DE DAMA

SARA CAMILA NARANJO CUARTAS

ANDREA MARIN MORALES

DANIELA KATHERINE MARÍN CANO

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES
MEDELLÍN, COLOMBIA
2016

Tabla de contenido

Problema	10
Justificación.....	11
Objetivo general.....	14
Objetivos específicos.....	14
Antecedentes	15
Capítulo I .Información general de la empresa.....	17
Nombre De La Empresa Y Marca	17
Nombre de la empresa.....	17
Nombre Comercial	17
Marca	17
Logotipo	17
Tipo de Empresa.....	17
Descripción de la empresa	18
Ubicación.....	19
Misión y Visión	19
Relación de productos y servicios	19
Ventajas Competitivas.....	22
Trámites y costos.....	22
Capítulo II Análisis del entorno y sector.....	23
Entorno	23
Identificación del sector	25
Composición del sector	25
Análisis del sector	26
Conclusiones del sector	38
Posconflicto	39
Tributación	40
Proyección	40

Capítulo III ANALISIS DE MERCADO	42
Objetivos del proyecto en términos de mercado	42
Estudio de mercados	42
Estados Unidos	42
Ecuador	46
Brasil	48
Conclusiones del estudio de mercados	50
Arancel General EE.UU	51
Requisitos de Acceso y normatividad de EE.UU.....	51
Organismos que regulan el ingreso de textiles confección a EE.....	52
Perfil De Mercado Potencial De Bienes.....	52
Cuantificación de los clientes potenciales de bienes.....	53
Principales Estados.....	53
Principales Ciudades.....	55
Plan de ventas	57
Mercado Distribuidor.....	58
Mercado competidor	59
Mercado competidor Nacional.....	59
Mercado competidor internacional.....	61
Comunicación y actividades de promoción y divulgación.....	63
Capítulo IV ANALISIS DE COMERCIO INTERNACIONAL	65
Tratado de libre comercio EE.UU -COLOMBIA.....	65
Desgravaciones.....	66
Ventajas del TLC Colombia –Estados unidos.....	69
Desventajas del TLC Colombia –Estados unidos	70
Requisitos y Vistos Buenos.....	71
Capacidad Exportadora de Poety.....	72

Participación en ferias especializadas.....	72
Rutas de Acceso California.....	74
Aeropuertos.....	74
Puertos.....	75
Carreteras.....	76
Conexiones carretera (baja california).....	77
Vías Férreas.....	78
Rutas de Acceso NEW YORK.....	79
Aeropuertos.....	79
Puertos.....	80
Liquidación de costos de exportación.....	81
Capítulo V. TÉCNICO.....	82
Descripción del proceso de producción.....	82
Capacidad y plan de producción.....	84
Recursos Humanos.....	84
Materiales de producción.....	85
Requerimiento materiales e insumo.....	86
Requerimiento personal.....	87
Capítulo VI. ANALISIS ADMINISTRATIVO.....	88
Estructura Organizacional.....	88
Costos estructura organizacional del negocio.....	90
Locaciones de la empresa.....	90
Requerimiento de maquinaria, Software, muebles y enseres.....	91
Requerimiento de material de la empresa.....	92
Requerimiento de materiales e insumos por área.....	92

Requerimiento de servicios de la empresa	92
Capítulo VII. ANALISIS ADMINISTRATIVO	94
Tipo de organización empresarial	94
Capítulo VIII. ANALISIS ADMINISTRATIVO	95
Tasa de Interés, Impuestos, Tasa de rentabilidad.....	95
Créditos de préstamos bancarios.....	95
Precios de los productos	96
Factores que influyen en la determinación de los precios.....	96
Ingresos	97
Ingresos propios del negocio.....	97
Egresos	97
Inversiones	97
Costos fijos y variables	98
Estados Financieros	98
Flujo de caja.....	99
VPN.....	99
TIR.....	99
ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS Y ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	100
Aumenta 20% en los ingresos	
Estado de resultados	100
Flujo de caja.....	101
VPN.....	101
TIR.....	101
Disminuye 20% en los ingresos	
Estado de resultados	102
Flujo de caja.....	102

VPN.....	103
TIR.....	103
Aumenta 20% en los Costos	
Estado de resultados.....	104
Flujo de caja.....	105
VPN.....	105
TIR.....	105
Disminuye 20% en los Costos	
Estado de resultados.....	106
Flujo de caja.....	106
VPN.....	107
TIR.....	107
Flujo de caja Proyectado.....	107
Evaluación Financiera.....	108
Conclusiones Finales.....	109
Anexos.....	110
Bibliografía.....	113

Tabla de Ilustraciones

ilustración 1 Oportunidades De Negocio	12
Ilustración 2 Slogan	17
Ilustración 3. Documento De Prospectiva	24
Ilustración 4.Pib Sectorial 2005	27
Ilustración 5.Distribución Por Actividades Sector Textil Y Confecciones 2007	28
Ilustración 6 Distribución Por Actividades Sector Textil Y Confecciones 2007	29
Ilustración 7 Distribución Geográfica De La Industria Textil- Confecciones En Colombia ,2011	32
Ilustración 8.Países Destino De Las Exportaciones Colombianas De Textiles Y Confecciones ,2011	32
Ilustración 9.Ubicación Del Sector Textil-Confecciones 2012	33
Ilustración 10.Índice De Producción Real De La Industrial Manufacturera Colombia Confección De Prendas De Vestir.	37
Ilustración 11. Proyecciones De Crecimiento Por Actividad Económica	41
Ilustración 12 .Bandera Y Ubicación Estados Unidos	43
Ilustración 13 Bandera Y Ubicación Ecuador.....	46
Ilustración 14 Bandera Y Ubicación Brasil	48
Ilustración 15. Estados Con Más Población En Estados Unidos.	53
Ilustración 16.Ciudades Con Más Población En Estados Unidos.....	55
Ilustración 17. Harmonized Tariff Schedule Of The United States (2016).	69
Ilustración 18. Oportunidades De Negocio Estados Unidos.....	70
Ilustración 19.Perfil De La Mercancía.....	71
Ilustración 20. Aeropueros De California	75
Ilustración 21.Carreteras De California	76
Ilustración 22. Conexiones En Carreteras Baja California	77
Ilustración 23. Vías Ferreas California	78
Ilustración 24 . Aeropuertos De New York.....	80
Ilustración 25. Aeropuertos De New York	80
Ilustración 26. Cotización	81
Ilustración 27. Flujograma De Procesos	82
Ilustración 28 .Estructura Organizacional De Poety	89
Ilustración 29.Locaciones De La Empresa	91

Tabla de Gráficos

TABLA 1. EXPERIENCIAS EMPRESAS	15
TABLA 2 PRODUCTOS Y/O SERVICIOS.....	20
Tabla 3. ÍNDICE DE PRODUCCIÓN REAL DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA COLOMBIANA / CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR 2005.....	26
TABLA 4 ÍNDICE DE PRODUCCIÓN REAL DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA COLOMBIANA/ CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR 2006	27
TABLA 5.ÍNDICE DE PRODUCCIÓN REAL DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA COLOMBIANA / CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR 2007	28
TABLA 6.ÍNDICE DE PRODUCCIÓN REAL DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA COLOMBIANA / CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR 2008.....	29
TABLA 7. ÍNDICE DE PRODUCCIÓN REAL DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA COLOMBIANA / CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR 2009	30
TABLA 8. ÍNDICE DE PRODUCCIÓN REAL DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA COLOMBIANA / CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR 2010	31
TABLA 9. ÍNDICE DE PRODUCCIÓN REAL DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA COLOMBIANA / CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR 2011	31
TABLA 10. ÍNDICE DE PRODUCCIÓN REAL DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA COLOMBIANA / CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR 2012	33
TABLA 11.ÍNDICE DE PRODUCCIÓN REAL DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA COLOMBIANA / CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR 2013	34
TABLA 12.ÍNDICE DE PRODUCCIÓN REAL DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA COLOMBIANA / CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR 2014	34
TABLA 13 ÍNDICE DE PRODUCCIÓN REAL DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA COLOMBIANA / CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR 2015	35
TABLA 14. ÍNDICE DE PRODUCCIÓN REAL DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA COLOMBIANA / CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR 2016	36
TABLA 15. ÍNDICE DE PRODUCCIÓN REAL DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA COLOMBIANA / RESUMEN 2005-2016(1).....	36
Tabla 16.VARIABLES GENERALES DE ESTADOS UNIDOS.....	43
Tabla 17. INDICADORES ECONÓMICOS DE ESTADOS UNIDOS.....	44
Tabla 18. VARIABLES GENERALES DE ECUADOR	46
Tabla 19. INDICADORES ECONÓMICOS DE ECUADOR	47
Tabla 20.INDICADORES ECONÓMICOS DE BRASIL	48
Tabla 21.INDICADORES ECONÓMICOS DE BRASIL	49

Tabla 22. ARANCEL PARA EL INGRESO DE MERCACIAS A ESTADOS UNIDOS.....	51
Tabla 23. ESTADOS CON MÁS POBLACIÓN EN ESTADOS UNIDOS.	53
Tabla 24 . POBLACIÓN Y EL ORIGEN NACIONAL CALIFORNIA	54
Tabla 25. POBLACIÓN Y EL ORIGEN NACIONAL ESTADO DE TEXAS	55
Tabla 26.CIUDADES CON MÁS POBLACIÓN EN ESTADOS UNIDOS.	56
Tabla 27.PLAN DE VENTAS EXPORTACIÓN	57
Tabla 28. INFORMACIÓN EMPRESA VIKATS	59
Tabla 29.INFORMACIÓN EMPRESA COLORS	60
Tabla 30 . INFORMACIÓN EMPRESA GAP	61
Tabla 31 . INFORMACIÓN EMPRESA GAP AEROPOSTALE.	62
Tabla 32. CAPITULOS DEL ACUERDO COLOMBIA –ESTADOS UNIDOS	65
Tabla 33. CATEGORIAS DE DESGRAVACIÓN MERCANCÍAS NO AGRÍCOLAS.....	66
TABLA 34.CATEGORIAS DE DESGRAVACIÓN MERCANCÍAS AGRÍCOLAS AMBITO OMC.....	67
Tabla 35 .CATEGORIAS DE DESGRAVACIÓN POR SECTORES	68
Tabla 36.POSICIONES ARANCELARIAS Y BENEFICIOS ARANCELARIOS	69
Tabla 37.PRECIOS DE PRESENTACION PARA FERIA EN NEW YORK	74
Tabla 38.DESCRIPCION DE PROCESOS	83
Tabla 39.PROCESO DE PRODUCCION	85
Tabla 40.MATERIALES E INSUMOS	86
Tabla 41 .REQUERIMIENTOS DE SERVICIOS.	86
Tabla 42. REQUERIMIENTO DE PRODUCCIÓN	87
Tabla 43.ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE POETY	88
TABLA 44. ORGANIGRAMA ESTRUCTURA PERSONAL	89
TABLA 45. COSTOS PERSONAL Y PROCESOS ADMINISTRATIVOS TERCERIZADOS.....	90
Tabla 46. MUEBLES Y ENSERES DE POETY	91
Tabla 47 .MAQUINARIA POETY.....	92
Tabla 48.MATERIALES E INSUMOS ANUALES DEPOETY	92
TABLA 49. REQUERIMIENTO DE SERVICIOS POETY	92
Tabla 50.CASILLAS A ACTUALIZAR EN EL RUT.....	94
TABLA 51. CERTIFICACIONES Y GESTIONES ANTE ENTIDADES PÚBLICAS.	94
TABLA 52. MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	95
Tabla 53. CREDITOS Y PRESTAMOS BANCARIOS	95
Tabla 54. INGRESOS POETY ENERO A OCTUBRE 2016.....	97
TABLA 55 . INVERSIONES POETY 2016.....	97
Tabla 56 . COSTOS FIJOS Y VARIABLES AÑO 2016	98

PROBLEMA

La empresa Poety es una empresa del sector textil de Medellín, lleva 10 años en el mercado nacional. Poety programa anualmente 5 viajes a nivel nacional de las cuales la utilidad neta de cada viaje es de \$20.000.000; sus ventas están alrededor de 3000 prendas por viaje.

Poety tiene objetivos de crecimiento tales como: expansión de mercados no solo a nivel nacional sino internacional, implementación de estrategias que permitan la diversificación de productos y a su vez la penetración de los mismos en mercados internacionales para aumentar los ingresos de la empresa y afrontar la competencia internacional. La causa principal de este problema nace con el objetivo que tiene la empresa de crecimiento, por ello se ha notado la necesidad integrarse a la globalización de la economía explorando nuevos mercados internacionales.

Por otra parte la empresa sabe que la internalización es un proceso desafiante ya que no solo es seguir la tendencia del momento si no analizar los mercados a los cuales se espera llegar, los competidores, asegurarse que los productos estén adecuadamente diseñados para atender las necesidades específicas de ese mercado; no en vano estos procesos traen consigo ajustes en temas como capacidad de gestión, productividad, competitividad, eficiencia, valor agregado y profesionalismo del recurso humano.

“La globalización es un fenómeno inevitable en la historia humana que ha acercado el mundo a través del intercambio de bienes y productos, información, conocimientos y cultura”. (NACIONES UNIDAS, 2016).Las tendencias actuales de la globalización son una herramienta fundamental para identificar oportunidades no solo de expansión sino también de reconocimiento.

Los tratados de libre comercio permiten el intercambio de bienes y servicios entre dos naciones, estos TLC puede beneficiar a la empresa para cumplir sus objetivos de internalización ya que es una herramienta que ofrece acceso a un mercado exterior.

JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto de investigación se enfocará en analizar posibles mercados internacionales para el crecimiento de la empresa Poety. La globalización y la notable necesidad de expandirse a nivel internacional es cada vez mayor para permanecer en el mercado y afrontar la competencia internacional.

El comercio internacional juega un papel de suma importancia dentro de una organización al momento que desea expandir su mercado, para ello es necesario comenzar la búsqueda de mercados internacionales a los cuales pueda interesarle el producto. Debido a eso, en el momento de identificar posibles mercados, es importante analizar todas las variables para que el producto se pueda adaptar perfectamente a las necesidades del cliente y permita a la compañía lograr sus objetivos de crecimiento.

“Las pequeñas y medianas empresas no solo responden por 64% del empleo en Colombia, aportan 30% al Producto Interno Bruto y participan con 96,4% de la industria. También se han convertido en la gran apuesta para alcanzar la internacionalización de la economía y las tasas de crecimiento que requiere el país para reducir la pobreza”. (REVISTA DINERO, 2015)

Las pequeñas y grandes empresas en el momento que deciden exportar, tiene la oportunidad de diversificar sus productos y a su vez disminuir el riesgo de permanecer en un solo mercado, con esto asegurar la permanencia de la compañía de manera estructural, aprovechar las ventajas competitivas de la empresa y los acuerdos comerciales con otros países.

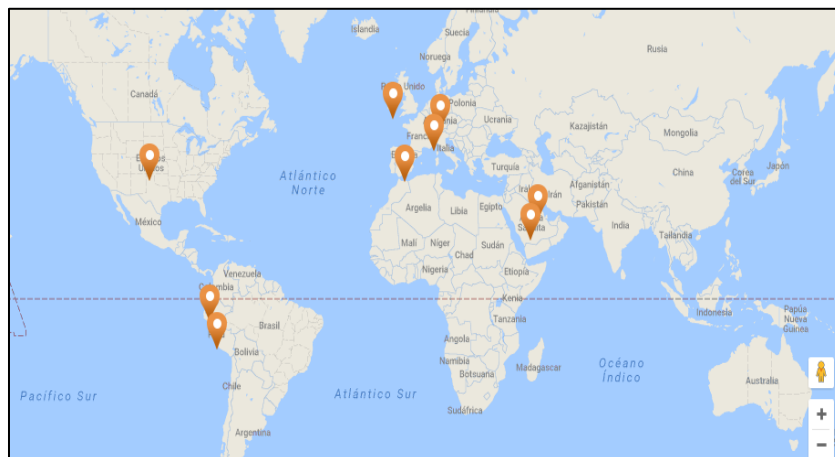
“Cada vez el número de micro, pequeñas y medianas empresas industriales que exportan creció en los últimos años, así como el de destinos. En 2013, las mipymes llevaron sus productos y servicios a clientes de 100 países, 18 de ellos son nuevos mercados a los que no exportaron en 2008 como Mónaco, Finlandia, Eslovenia, Croacia, Tanzania y Senegal, entre otros.” (Procolombia, colombiatrade, 2014).

El Programa de Transformación Productiva es una de las herramientas dispuestas por el Gobierno Nacional para la ejecución de la Política Industrial que conduzca al Desarrollo Productivo del país y con la que se generan entornos más competitivos y empresas más fuertes y productivas. Este programa ofrece acompañamiento a los empresarios para que como empresas aprovechen las ventajas competitivas y las capacidades de producción.

“El empleo del subsector confecciones también creció 5,6% en el periodo enero a noviembre de 2015, mientras que, para el mismo periodo del año anterior, dicha variación fue negativa, ubicándose en -4,1%. El empleo en el sector textil confecciones registró un aumento promedio de 2,3% entre enero a noviembre”. (PTP, 2016)

Los mercados a analizar inicialmente son Estados Unidos Ecuador, Brasil. Es importante resaltar que el país por el cual está más interesado la empresa para introducir sus productos es Estados Unidos debido al TLC vigente. “En el 2015, se exportaron a Estados Unidos 22,93 millones de toneladas, que correspondieron a US\$ 9.853 millones en valor FOB, siendo así el primer socio comercial de Colombia. El 99,18% de la carga exportada se envió vía marítima”. (PROCOLOMBIA, 2016)

ILUSTRACIÓN 1 OPORTUNIDADES DE NEGOCIO



Fuente Colombia trade, 2016

La indagación de los posibles mercados mencionados anteriormente nos permitirá analizar las tendencias y Megatendencias textiles a nivel internacional, el comportamiento de la mujer en el momento de consumir y a su vez evaluar potenciales mercados para los productos de la empresa.

La participación de la mujer en la economía mundial, ha traído consigo oportunidades de negocios exclusivos para este sector. Un estudio adelantado recientemente por Nielsen en Estados Unidos, en el cual se proyecta que las féminas influenciarán dos tercios de las compras realizadas en esa nación durante la próxima década. En plata blanca, esto significa que en sus manos habrá un poder de compra que oscilará entre los 5 y los 15 billones de dólares anuales."Las latinas son un factor clave de influencia económica, esto brinda a los negocios la oportunidad de establecer nuevas relaciones con consumidoras leales, reconociendo sus necesidades y valorando las tendencias de comportamiento únicas de las mujeres hispanas." (INDUSTRIA, 2013)

En Colombia, la participación de la mujer en las compras es cada vez más significativa. El DANE en unos de sus datos estadísticos informa que la población total en Colombia para el año 2015 fue de 48.203.405 y el 50,63 % son mujeres y 49,37 % son hombres.

“La mayor participación en la comercialización de vestuario, la tienen los bienes de ropa femenina, los cuales representa el 58.3% del mercado, representados por una alta gama de productos dentro de los que se encuentran vestidos, abrigos, chaquetas, camisas, faldas, blusas, sudaderas, suéteres, ropa interior, pantalones.” (Encolombia, 2008)

Actualmente existen entidades que ayudan a promover y fomentar la internalización pequeñas y grandes empresas que desean expandir su mercado a nivel internacional, algunas de ellas son: Proexport, Mincomercio, Cámara de comercio, Analdex, Fiducoldex, Segurexpo, Bancoldex.

“Medellín Ciudad Cluster es una iniciativa público privada liderada por la Alcaldía de Medellín y desarrollada en alianza con la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, que tiene como propósito el fortalecimiento de las empresas de la ciudad, con especial énfasis en las pertenecientes a los seis sectores estratégicos identificados en la capital antioqueña (energía eléctrica, construcción, textil, turismo de negocios, servicios de medicina y tecnologías de la información y la comunicación). (ANTIOQUIA, 2013)

Por las razones planteadas anteriormente, se ha determinado iniciar el desarrollo del problema. Es importante tener en cuenta que se debe redefinir los lineamientos estratégicos y administrativos de la empresa para que cumpla con los requisitos mínimos para iniciar el proceso de exportación

OBJETIVO GENERAL

Evaluar la pre factibilidad de expansión de la empresa POETY en el mercado de los Estados Unidos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar los países Estados Unidos, Ecuador, Brasil como posibles destinos de exportación.
- Redefinir los lineamientos estratégicos y administrativos de la empresa.
- Realizar el estudio de comercio internacional y evaluar los posibles destinos de los productos de la compañía.
- Evaluar la factibilidad financiera del proyecto y determinar su conveniencia desde esta perspectiva.
- Implementar estrategias que permitan la diversificación de los productos y a su vez la penetración de los mismos en mercados internacionales para aumentar los ingresos de la empresa y afrontar la competencia internacional.

ANTECEDENTES

Las pequeñas y medianas empresas necesitan integrarse al mercado mundial por la globalización de la economía y por la posibilidad de competir en el mercado internacional y a su vez permanecer en el mercado nacional.

“Cada vez el número de micro, pequeñas y medianas empresas industriales que exportan creció en los últimos años, así como el de destinos. En 2013, las mipymes llevaron sus productos y servicios a clientes de 100 países, 18 de ellos son nuevos mercados a los que no exportaron en 2008 como Mónaco, Finlandia, Eslovenia, Croacia, Tanzania y Senegal, entre otros. "Se han convertido en las dinamizadoras de la expansión de la industria para su internacionalización. Más del 30% de las compañías industriales que llevaron su oferta al exterior en 2013 son precisamente micro, pequeñas y medianas", explicó María Claudia Lacouture, presidenta de Proexport Colombia”. (DINERO, 2014)

Colombia Moda es una oportunidad para muchos empresarios que están en búsqueda de oportunidades y crecimiento para sus empresas, a esta feria realizada en el mes de julio llegan potenciales clientes y proveedores.

“La Presidenta de Proexport Colombia presentó casos de éxito de mipymes que se internacionalizan con éxito. Una de ellas, la vallecaucana Manufacturas Especializadas de Confección S.A.S, que vende fajas posquirúrgicas y es una de las 1.821 empresas que exportaron por primera vez hacia Estados Unidos tras la entrada en vigencia del TLC. También, Dipsa Food (Cundinamarca), la compañía que vende snacks a la cadena de comidas Whole Foods en Estados Unidos; Triple Corona (Antioquia) que ya exporta té en bebida hacia Australia; Preflex (Atlántico), que lleva insumos y producto químicos hacia 11 países; e Industrias Cannon (Atlántico) que vende textiles y confecciones que tienen la certificación internacional OEKO TEX 100, que garantiza que sus productos no contienen sustancias nocivas” (DINERO, 2014)

TABLA 1. EXPERIENCIAS EMPRESAS

	VIKATS	COLORS	SOLO AMOR	VIANKHA
Producto	Ropa Femenina	Ropa Femenina	Ropa Femenina	Ropa Femenina
Empleados	25	30	20	15
Países	Ecuador y Bolivia	Canadá – panamá	Costa rica – ecuador	Estados unidos - Bolivia
Entidad promotora	Impoexport	Impoexport	Impoexport	Impoexport
Valor (USD)	15,1500	500,00	3,000	100 USD

Fuente : construida apartir de informaciòn suministra por las empresas mencionadas.

Según la revista Dinero muestra en el 2014 “el caso de las Mipymes manufactureras, las exportadoras aumentaron sus ingresos en 6,4%, mientras que las que no exportan crecieron 5,3%.”, estos nos indica que las mipymes que se atreven a exportar a otros países y expandir su negocio tiene más probabilidad de que sus ingresos aumenten más que quedarse con el mercado nacional.

Las empresas requieren adoptar una cultura exportadora es necesario identificar como está la empresa actualmente para enfrentarse a un mercado nuevo. Es necesario identificar fortalezas, amenazas, debilidades, oportunidades y bondades no sólo de la empresa sino también de producto.

Estados Unidos es un gran comprador del sector de confecciones, pero este no está en busca constante de proveedores pero están abiertos a nuevas propuestas que se puede presentar, como en la calidad de la tela, los colores, la innovación que tengan las prendas que se ofrecen, mostrar un catálogo de lo que se está ofreciendo ya que para estos es sumamente importante tener una referencia, están en búsqueda de prendas que sean más amigables con el medio ambiente, con fibras orgánicas, les interesa conocer la historia y su trayectoria de la empresa, el número de empleados con los que cuenta esta y la responsabilidad social que tienen

CAPITULO I

1 INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

1.1 NOMBRE DE LA EMPRESA Y MARCA

1.2 NOMBRE DE LA EMPRESA: ROSA SKIN

1.3 NOMBRE COMERCIAL: Poety

1.4 MARCA: POETY

1.5 LOGOTIPO: La vie es belle

ILUSTRACIÓN 2 SLOGAN



Fuente: imagen suministrad por POETY,2016

TIPO DE EMPRESA

A. Persona Natural:

- puede ejercer todos los derechos y obligaciones de una empresa a su nombre.
- es responsable personalmente de las deudas y obligaciones de una empresa.
- no requiere demostrar un capital para emprender su actividad

- puede funcionar como empresa individual o microempresa familiar.

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- A. Tipo de negocio:** Sector comercial
- B. Sector económico:** confecciones
- C. Código CIIU :**1313 (Acabado de productos textiles)

Esta clase incluye.

- El acabado de textiles mediante procesos tales como blanqueo, teñido, estampado no serigráfico, calandrado y perchado de fibras, hilados, tejidos y artículos textiles, incluso prendas de vestir.
- El apresto, secado, vaporizado, encogimiento, remallado, sanforizado y mercerizado de textiles y artículos textiles, incluso prendas de vestir.
- El impermeabilizado, revestido, encauchado o impregnado de prendas.
- El lavado y terminado de yines.
- El plisado de textiles y operaciones similares. Estas actividades son, por lo general, desarrolladas a cambio de una retribución o por contrato, o mediante la compra de productos textiles en proceso para su acabado y posterior venta.

Esta clase excluye:

- Los procesos de acabado cuya condición es la de estar integrados entre sí, tales como blanqueo, teñido, calandrado, perchado, sanforizado y estampado entre otros, integrados al proceso de tejeduría. Se incluyen en la clase 1312, «Tejeduría de productos textiles».
- La impresión indiferentemente de la técnica utilizada y del material sobre el cual la impresión esté hecha, así como la impresión al instante y superficial en artículos textiles. Se incluye en la clase 1811, «Actividades de impresión».
- Los procesos de acabado integrados con la fabricación de tejidos de punto y ganchillo. Se

incluyen en la clase 1391, «Fabricación de tejidos de punto y ganchillo».

- Los procesos de acabado integrados con la fabricación de tejidos estrechos y tejidos especiales. Marbetes, insignias, escudos, etiquetas y artículos similares no bordados de materias textiles. Se incluye en la clase 1399, «Fabricación de otros artículos textiles n.c.p.».
- La fabricación de textiles impregnados, bañados, cubiertos o laminados con caucho, cuando el caucho es el componente principal. Se incluye en la clase 2219, «Fabricación de formas básicas de caucho y otros productos de caucho n.c.p.».

UBICACIÓN

La empresa POETY está ubicada en Medellín en la carrera 53 # 49-68 Sector el hueco Centro comercial Miami.

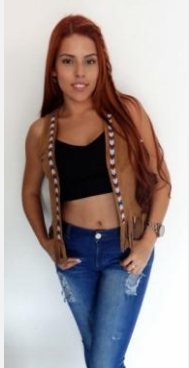
VISIÓN Y MISIÓN DE LA EMPRESA

La empresa actualmente no tiene dirección estratégica definida

RELACIÓN PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

La empresa POETY produce y comercializa prendas de dama, teniendo en cuenta los gustos de sus consumidores ofreciéndoles un producto con excelente terminación y diseños a la vanguardia con la tendencia que este en el momento, algunas de sus prendas son las siguientes:

TABLA 2 PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

PRODUCTO	REFERENCIA	DESCRIPCIÓN/CARACTERISTICAS	IMAGEN
Blusa	1002	Chaleco en piel de durazno con flecos	
Blusa	1001	Campesina en popelina con la parte posterior mas larga	
BLUSA	1003	Camiseta en viscosa y piedrerias	
BLUSA	1004	Camiseta en tela burda con aplique en la parte inferior	

BLUSA	1005	Cardigan en tela chaliz con el frente corto y el posterior largo	
VESTIDO O	1006	Vestido con ojal para amarrar en la parte inferior y aplique	
BLUSA	1007	Blusa en gripiu con escote en la parte posterior	
BLUSA	1009	Campesina en chaliz	

Fuente: construida con informaciòn suministrada por POETY,2016

VENTAJAS COMPETITIVAS

- Cercanía con el cliente
- Calidad del Producto
- La empresa está a la vanguardia de la moda
- Reduccion de costos sin sacrificar la calidad de la prenda
- Un buen producto basico con pocos elementos
- Variedad de estilos y diseños

La empresa implementa ventajas competitivas tomando en cuenta como se compete en el mercado, las capacidades y los recursos que tienen.

TRÁMITES Y COSTOS

Los Trámites y costos iniciales no se determinaron debido a que la empresa ya existe en el mercado. Se juntan documentos como soportes (Ver anexos en paginas 110,111,112)

CAPITULO II.

ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR

ENTORNO

Los entornos que influyen o pueden afectar en la empresa POETY son los siguientes:

- **Entorno Cultural:** Este entorno es fundamental para nuestra empresa debido a que en nuestro país las mujeres van a la vanguardia de la moda y de lo que está en su momento, por eso buscamos e indagamos que tendencias están en su momento y las que están por llegar, esto se da porque la industria textil está en constante cambio e innovación en prendas y estilos, la empresa POETY está va a la vanguardia de la moda los productos van enfocados al sector femenino identificando nuevas texturas en las telas, colores, estilos . Es importante tener en cuenta la temporada y clima, y las mujeres famosas son muy influyentes ya que estas las que generalmente son las que empiezan una moda que en muchos casos puede ser muy efímera, por eso nuestra empresa siempre está pendiente de las nuevas tendencias que salen en el transcurso del año.

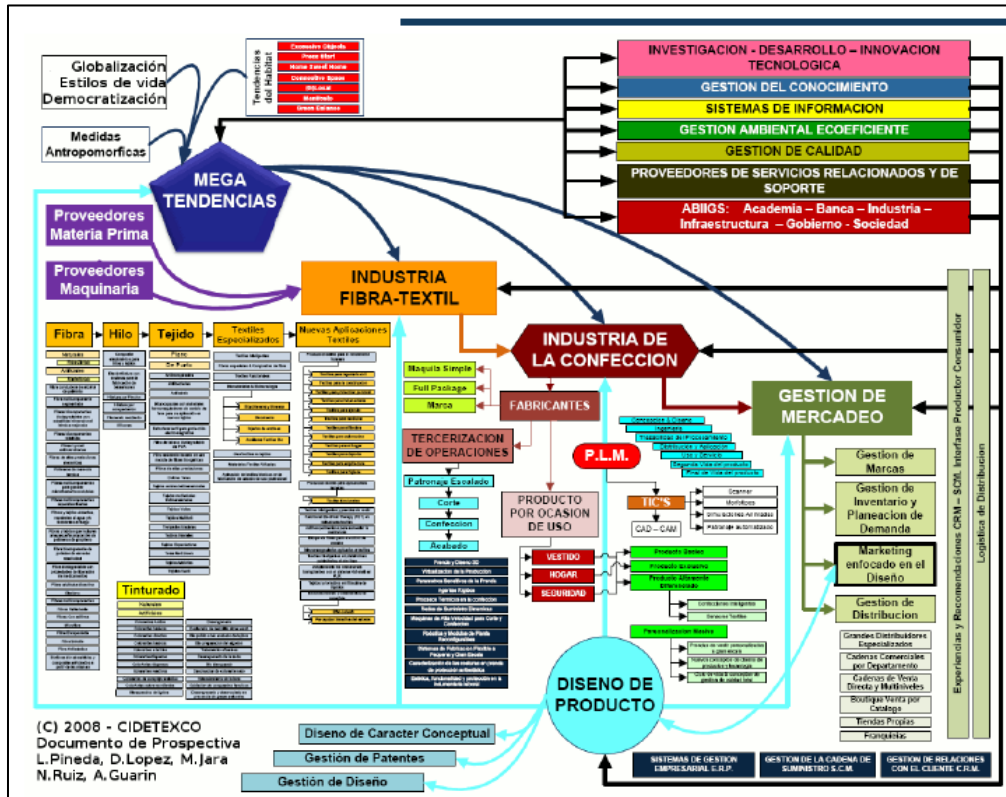
Los ciclos de la moda son cada vez diferentes, debido al constante cambio que se tiene en este sector, pero cada mujer tiene ciertas prendas que son indispensables en su closet, como algo de color negro, algo elegante, algo básico,

- **Entorno Tecnológico:** se requiere en la empresa para ser más competitivos, optimizar tiempo y costos en transformación de la materia prima, esta se puede implementar en el área de corte, sublimación y estampados para obtener el producto de manera eficiente y eficaz.

Cada día el sector textil se está tecnificando cada vez más para poder hacer los procesos más eficaces y en un corto tiempo para poder cubrir la demanda que se presenta cada día, ya que las colecciones están en constante cambio estas deben confeccionarse en el menor tiempo posible, por eso se han implementado nuevas

cortadoras que pueden cortar varias prendas al mismo tiempo, y más talento humano para que confeccione más eficientemente.

ILUSTRACIÓN 3. DOCUMENTO DE PROSPECTIVA



Fuente: PINEDA, L. y otros. Documento de prospectiva. Bogotá CIDETEXCO, 2008. P.25.

- **Político – Legal:** Toda empresa debe administrar de acuerdo con las normas legales los procedimientos establecidos para realizar operaciones de comercio exterior.

Colombia cuenta con un tratado de libre comercio con Estados Unidos donde este nos ayuda para la entrada de este país nuestros productos con preferencias arancelarias; y con leyes de salvaguardia que nos podría afectar debido a que este puede elevar los aranceles, cuando tengan mucha producción textil en su país que entre mucho más económica que la que produce en este.

Estos entornos nos afectan positivamente debido a que podemos conocer en concreto como podemos abarcar el mercado de las mujeres de Colombia y de Estados Unidos ya que estas están siempre en busca de nuevas tendencias de la moda, y también que nos podría afectar o ayudar en el momento de exportar nuestras prendas con el TLC vigente que tiene nuestro país con Estados Unidos, también la constante indagación que debemos tener de nuevas tecnologías para poder hacer más ágiles las colecciones y muchas más prendas, para poder ofertar a nuevos mercados

IDENTIFICACIÓN DEL SECTOR

Según el Banco de la República, 2016 comprende todas las actividades económicas de un país relacionadas con la transformación industrial de los alimentos y otros tipos de bienes o mercancías, los cuales se utilizan como base para la fabricación de nuevos productos. Se divide en dos sub-sectores: industrial extractivo e industrial de transformación:

Industrial extractivo: extracción minera y de petróleo.

Industrial de transformación: envasado de legumbres y frutas, embotellado de refrescos, fabricación de abonos y fertilizantes, vehículos, cementos, aparatos electrodomésticos, etc.

COMPOSICIÓN DEL SECTOR

- Muebles
- Carnes y pescados
- Aceites, grasas, cacao y otros productos alimenticios.
- productos lácteos.
- Productos de molinería, almidones y sus productos.
- Bebidas.
- Hilados e hilos: tejidos de fibras textiles incluso afelpados
- Artículos textiles, excepto prendas de vestir.
- tejidos de punto y ganchillo, prendas de vestir.
- Textil- confecciones.
- Curtido y preparado de cueros, productos de cuero y calzado
- Productos de papel, cartón y sus productos
- Edición, impresión y artículos análogos.
- Productos de la refinación del petróleo; combustible nuclear
- Sustancias y productos químicos
- Productos de plástico y caucho

- Productos minerales no metálicos
- Productos metalúrgicos básicos (excepto maquinaria y equipo)
- Maquinaria y equipo
- Otra maquinaria y aparatos eléctricos
- Equipo de transporte
- Otros bienes manufacturados.

ANALISIS DEL SECTOR

Este análisis permitirá identificar generalidades del sector en los últimos 10 años, analizando el comportamiento del mismo y los principales motivos de variación.

“Históricamente el sector Textil-Confección ha desempeñado un papel fundamental en la economía colombiana, gracias a su efecto sobre el empleo, la dinámica empresarial y el impulso de la industrialización del país” (SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES, 2013).

Tabla 3. ÍNDICE DE PRODUCCIÓN REAL DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA COLOMBIANA /CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR 2005

Confección de prendas de vestir 2005	
Enero	60,83
Febrero	84,48
Marzo	90,57
Abril	88,36
Mayo	88,15
Junio	90,65
Julio	91,86
Agosto	103,03
Septiembre	114,52
Octubre	121,36
Noviembre	121,81
Diciembre	106,68
TOTAL	96,86

Fuente: Construida con información de Banrep a partir de datos del DANE.

Análisis 2005:

En el 2005 la economía colombiana estuvo en un crecimiento frente al año anterior debido a que se sostuvo los precios en el mercado, se encontró con una muy buena inversión extranjera que generó muchos empleos en el país, creció el consumo.

“En el 2005 la economía colombiana mostró una dinámica favorable. De acuerdo con las cifras del Dane, boletín de prensa de marzo 31 de 2006 el crecimiento del PIB real fue de 5,13% respecto al año 2004, año en el cual la economía creció 4.78%”. (DIAN, 2006)

ILUSTRACIÓN 4. PIB SECTORIAL 2005

RAMAS DE ACTIVIDAD	2005*	Variación % 2005-2004
Agropecuario, silvicultura, caza y pesca	11,695,081	2,12%
Explotación de minas y canteras	4,119,188	3,04%
Electricidad, gas y agua	2,610,786	3,20%
Industria manufacturera	12,954,029	3,95%
Construcción	4,882,418	12,57%
Comercio, reparación, restaurantes y hoteles	10,090,198	9,21%
Transporte, almacenamiento y comunicación	7,132,735	5,08%
Establecimientos financieros, seguros, inmuebles y servicios a las empresas	15,407,274	3,53%
Servicios sociales, comunales y personales	16,701,659	4,04%
Servicios de intermediación financiera medidos indirectamente	3,988,740	8,52%
PRODUCTO INTERNO BRUTO	87,989,681	5,13%

Fuente: DANE. Boletín de prensa de marzo31/06 *: Cifras provisionales.

Fuente: DIAN a partir de datos del DANE,2016

TABLA 4 ÍNDICE DE PRODUCCIÓN REAL DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA COLOMBIANA/ CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR 2006

Confección de prendas de vestir 2006	
Enero	63,45
Febrero	86,65
Marzo	98,19
Abril	84,08
Mayo	100,95
Junio	101,72
Julio	92,95
Agosto	106,05
Septiembre	125,06
Octubre	124,98
Noviembre	144,31
Diciembre	126,83
TOTAL	104,60

Fuente: Construida con información de Banrep a partir de datos del DANE.

Análisis 2006:

En el 2006 la economía estuvo beneficiada respecto al año 2005 debido a que la inflación estuvo baja, se obtenían unas buenas tasas de interés que atraían a la inversión extranjera permitió la generación de empleo en el país.

TABLA 5.ÍNDICE DE PRODUCCIÓN REAL DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA COLOMBIANA / CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR 2007

Confección de prendas de vestir 2007	
Enero	76,56
Febrero	97,11
Marzo	113,94
Abril	95,65
Mayo	114,14
Junio	118,76
Julio	104,37
Agosto	113,55
Septiembre	130,04
Octubre	150,90
Noviembre	151,73
Diciembre	129,66
TOTAL	116,37

Fuente: Construida con información de Banrep a partir de datos del DANE.

Análisis 2007:

El crecimiento del sector textil en los últimos años, ha manifestado notables necesidades a nivel tecnológico, es cada vez más importante la implementación de máquinas que apoyen el proceso productivo no sólo para optimizar tiempo y costo sino también para ser competitivos.

ILUSTRACIÓN 5.DISTRIBUCIÓN POR ACTIVIDADES SECTOR TEXTIL Y CONFECCIONES 2007

DISTRIBUCIÓN GEOGRAFICA SECTOR TEXTIL Y CONFECCIONES		
DEPARTAMENTOS	Ho. Sociedades	Part. %
ANTIOQUIA	177	35.12%
ATLANTICO	17	3.37%
BOGOTA D.C.	194	38.49%
BOLIVAR	1	0.20%
CALDAS	6	1.19%
CAUCA	2	0.40%
CUNDINAMARCA	9	1.79%
NORTE DE SANTANDER	1	0.20%
QUINDIO	2	0.40%
RISARALDA	21	4.17%
SANTANDER	13	2.58%
TOLIMA	8	1.59%
VALLE	53	10.52%
TOTAL	504	100.00%
Muestra: Homogenea 2007		
FUENTE: SIGS-DATA SIFI		

Fuente: Superintendencia de sociedades, 2008.

ILUSTRACIÓN 6 DISTRIBUCIÓN POR ACTIVIDADES SECTOR TEXTIL Y CONFECCIONES 2007



Fuente: superintendencia de sociedades, 2008.

TABLA 6.ÍNDICE DE PRODUCCIÓN REAL DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA COLOMBIANA /CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR 2008

Confección de prendas de vestir 2008	
Enero	80,19
Febrero	113,14
Marzo	91,11
Abril	109,41
Mayo	102,04
Junio	98,03

Julio	104,40
Agosto	101,19
Septiembre	115,67
Octubre	118,00
Noviembre	118,30
Diciembre	105,15
TOTAL	104,72

Fuente: Construida con información de Banrep a partir de datos del DANE.

Análisis 2008:

El comportamiento decreciente frente al año anterior, tuvo como principal motivo el ingreso masivo de mercancía de procedencia extranjera y a su vez la revaluación que tuvo un lapso de tiempo largo, es importante tener en cuenta que el sector requería ser más competitivo en el mercado nacional e internacional.

TABLA 7. ÍNDICE DE PRODUCCIÓN REAL DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA COLOMBIANA /CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR 2009

Confección de prendas de vestir 2009	
Enero	60,64
Febrero	85,41
Marzo	85,23
Abril	77,13
Mayo	88,11
Junio	85,19
Julio	88,96
Agosto	81,73
Septiembre	100,85
Octubre	112,62
Noviembre	108,07
Diciembre	108,37
TOTAL	90,19

Fuente: Construida con información de Banrep a partir de datos del DANE.

Análisis 2009:

“El crecimiento del PIB, de 0.4% en el año 2009, de acuerdo con el DANE, un IPC del 2% y un desempleo del 14% son el reflejo de un desempeño de la actividad económica que estuvo cercana a la recesión y que impactó negativamente el monto de los ingresos, que se vieron disminuidos en un 10% en el último año, respecto del año 2008. El resultado de la industria manufacturera decreció en un 6.3%. La actividad de hilados y tejidos, disminuyó 8.6% y prendas de vestir, un 17.1%”. (SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES, 2010)

TABLA 8. ÍNDICE DE PRODUCCIÓN REAL DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA COLOMBIANA /CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR 2010

Confección de prendas de vestir 2010	
Enero	67,84
Febrero	85,60
Marzo	95,64
Abril	84,89
Mayo	95,99
Junio	99,50
Julio	96,86
Agosto	93,84
Septiembre	119,67
Octubre	122,34
Noviembre	130,40
Diciembre	127,87
TOTAL	101,70

Fuente: Construida con información de Banrep a partir de datos del DIAN

Análisis 2010:

“La Cadena textil/confección en el año 2010 representó el 1.0% del Producto interno bruto nacional y el 10%del PIB manufacturero. Durante el año 2010 el resultado de la industria manufacturera respecto a 2009, presentó un incremento en 4,9%; las actividades industriales que presentaron mayores crecimientos en el año 2010 fueron: equipo de transporte en 22.2%, curtido y preparado de cueros, productos de cuero y calzado en 17.6%, tejidos de punto y ganchillo; prendas de vestir en 16%, y artículos textiles, excepto prendas de vestir en 14.6%.” (INEXMODA, 2011)

TABLA 9. ÍNDICE DE PRODUCCIÓN REAL DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA COLOMBIANA / CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR 2011

Confección de prendas de vestir 2011	
Enero	76,58
Febrero	91,27
Marzo	103,74
Abril	85,22
Mayo	97,41
Junio	95,39
Julio	99,76
Agosto	103,56
Septiembre	122,36
Octubre	126,65
Noviembre	133,63
Diciembre	127,07
TOTAL	105,22

Fuente: Construida con información de Banrep a partir de datos del DANE..

Análisis 2011:

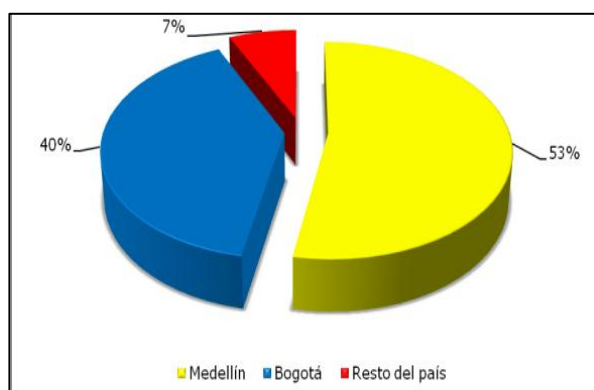
“En el año 2011, el sector textil- confecciones presentó diferentes variaciones debido a la influencia de diferentes factores tales como: consumo de los colombianos, comportamiento del PIB, distribución del sector, entre otros. “El sector de textiles y confecciones en el país aportó 8,4% del PIB manufacturero y 1,1% del PIB total, en el acumulado al tercer trimestre de 2011”. (PROCOLOMBIA, 2012).

Se observa que el índice de producción real de este sector en el mes de enero fue inferior respecto a los meses siguientes, esta variación se presenta porque la mayoría de las empresas en este mes identifican y analizan las principales debilidades de la compañía, cabe resaltar que muchas de ellas salen a vacaciones por ser temporada baja de venta, ajustan inventarios, presupuestos y su vez estructuran objetivos para el año que inicia. “La producción y las ventas crecieron más de 15% en términos reales. (Inexmoda, 2012).

A continuación se evidencia el índice de producción del sector confección de prendas de vestir con variación mensual.

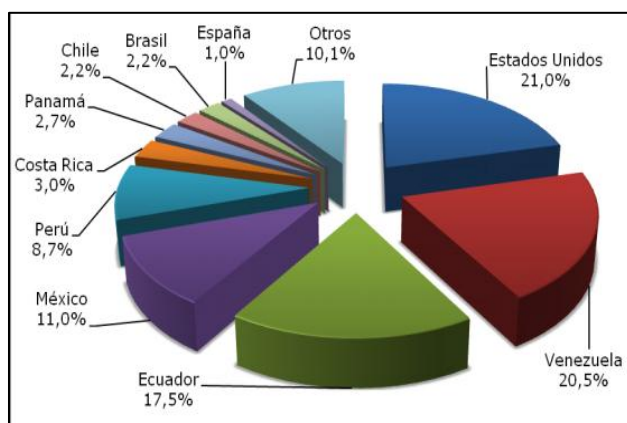
Es importante destacar la participación del sector textil desde los diferentes departamentos de Colombia. “Los principales centros de producción de textiles y confecciones del país se ubican en los departamentos de Antioquia, Cundinamarca, el Eje Cafetero (Risaralda, Caldas y Quindío) y el Valle del Cauca”. (PROCOLOMBIA, 2012).

ILUSTRACIÓN 7 DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LA INDUSTRIA TEXTIL- CONFECCIONES EN COLOMBIA ,2011



Fuente: Elaborado por Legiscomex.com con información de Inexmoda

ILUSTRACIÓN 8. PAÍSES DESTINO DE LAS EXPORTACIONES COLOMBIANAS DE TEXTILES Y CONFECCIONES ,2011



Fuente: Elaborado por Legiscomex.com con información de Inexmoda

TABLA 10. ÍNDICE DE PRODUCCIÓN REAL DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA COLOMBIANA /CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR 2012

Confección de prendas de vestir 2012	
Enero	81,54
Febrero	99,78
Marzo	109,52
Abril	89,23
Mayo	105,45
Junio	113,15
Julio	101,88
Agosto	107,57
Septiembre	125,87
Octubre	129,14
Noviembre	117,42
Diciembre	114,63
TOTAL	107,93

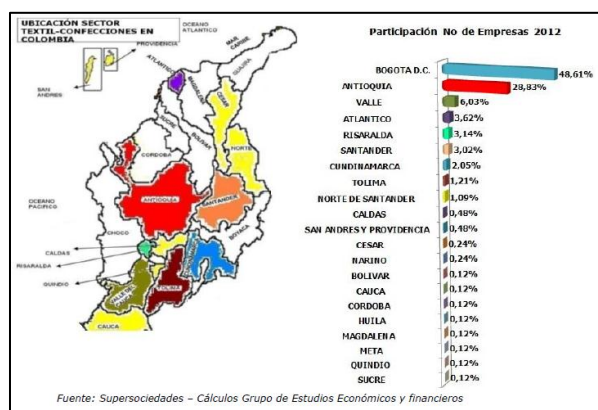
Fuente: Construida con información de Banrep a partir de datos del DANE.

Análisis 2012:

El sector Textil confecciones en el año 2012 presentó diferentes variaciones negativas

“Para el año 2012, la industria manufacturera experimentó un decrecimiento del -0,7% con respecto al año 2011, siendo el sector textil uno de los subsectores más damnificados; representando el 1,17% del PIB Nacional y el 9,82% de la industria manufacturera. Preparación de hilaturas; tejedura de productos textiles presentó una variación negativa del -7,8%, Fabricación de otros productos textiles -3,2%, el subsector Fabricación de tejidos y prendas de vestir presentaron un crecimiento del 6,5%.” (SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES, 2013)

ILUSTRACIÓN 9. UBICACIÓN DEL SECTOR TEXTIL-CONFECCIONES 2012



Fuente: Superintendencia de sociedades .2012

TABLA 11.ÍNDICE DE PRODUCCIÓN REAL DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA COLOMBIANA /CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR 2013

Confección de prendas de vestir 2013	
Enero	68,50
Febrero	88,16
Marzo	87,56
Abril	97,07
Mayo	105,89
Junio	100,85
Julio	94,67
Agosto	99,69
Septiembre	115,55
Octubre	123,66
Noviembre	133,03
Diciembre	112,66
TOTAL	102,28

Fuente: Construida con información de Banrep a partir de datos del DANE.

Análisis 2013:

En el año 2013 la economía colombiana termino con bajos índices de desempleo, con un mayor crecimiento frente a los países de Suramérica y con una baja inflación, se da una muy buena tasa de inversión extranjera que esto genera nuevos empleos en nuestro país, se presentó un mayor consumo en los hogares de nuestro país.

TABLA 12.ÍNDICE DE PRODUCCIÓN REAL DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA COLOMBIANA / CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR 2014

Confección de prendas de vestir 2014	
Enero	76,95
Febrero	94,44
Marzo	93,16
Abril	98,02

Mayo	103,34
Junio	92,59
Julio	101,60
Agosto	98,37
Septiembre	105,68
Octubre	113,65
Noviembre	115,13
Diciembre	107,06
TOTAL	100,00

Fuente: Construida con información de Banrep a partir de datos del DANE..

Análisis 2014:

“Para el año 2014, la industria manufacturera representó el 12,3% del PIB Nacional. Por su parte, el sector textil-confecciones tuvo una participación del 9,2% en el PIB de la industria manufacturera. Las actividades de preparación de hilaturas y tejeduría de productos textiles, y de fabricación de tejidos y prendas de vestir, presentaron una variación negativa del 3,2% y 1,6% respectivamente. Contrario a esta situación, la actividad de fabricación de otros productos textiles evidenció un aumento del 2,9%”. (SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES, 2015)

TABLA 13 ÍNDICE DE PRODUCCIÓN REAL DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA COLOMBIANA / CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR 2015

Confección de prendas de vestir 2015	
Enero	71,29
Febrero	90,08
Marzo	102,67
Abril	97,06
Mayo	102,98
Junio	98,86
Julio	107,04
Agosto	103,21
Septiembre	107,47
Octubre	122,37
Noviembre	122,32
Diciembre	113,61
TOTAL	103,25

Fuente: Construida con información de Banrep a partir de datos del DANE.

Análisis 2015:

De acuerdo a la información del DANE, en noviembre de 2015 el sector textil-confección registró un crecimiento de 4,8% en producción, 4,3% en ventas y 0,7% en generación de empleo. (REVISTA DINERO, 2016)

“A pesar de que las exportaciones del sector confecciones cayeron -6,3% en el periodo enero a noviembre de 2015, en materia de producción las confecciones de prendas de vestir aumentaron 4,6% en el mismo periodo, convirtiéndose en una de las actividades más dinámicas que le ha aportado al crecimiento de la industria manufacturera que en noviembre registró un crecimiento del 0.7%, completando así seis meses consecutivos de recuperación”. (PTP, 2016)

TABLA 14. ÍNDICE DE PRODUCCIÓN REAL DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA COLOMBIANA / CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR 2016

Confección de prendas de vestir 2016	
Enero	71,27
Febrero	96,68
Marzo	92,88
Abril	99,82
Mayo	100,01
Junio	98,70
TOTAL	93,23

Fuente: Construida con información de Banrep a partir de datos del DANE.

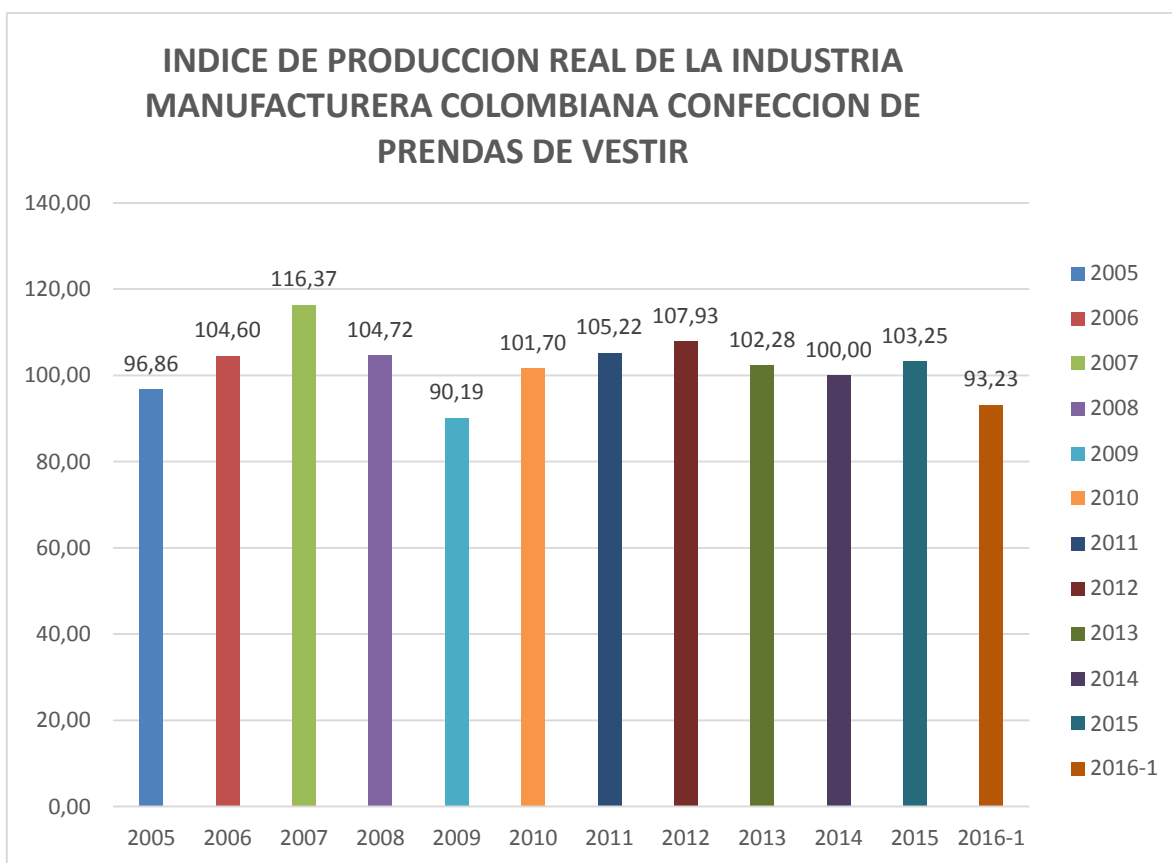
Análisis 2016: lo que ha transcurrido de este año comparando numéricamente con los años anteriores se identifica que el sector va por buen camino.

TABLA 15. ÍNDICE DE PRODUCCIÓN REAL DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA COLOMBIANA / RESUMEN 2005-2016(1)

RESUMEN 2005-2016-(1)	
AÑO	PROMEDIO ANUAL PIB
2005	96,86
2006	104,60
2007	116,37
2008	104,72
2009	90,19
2010	101,70
2011	105,22
2012	107,93
2013	102,28
2014	100,00
2015	103,25
2016-1	93,23

Fuente: Construida con información de Banrep a partir de datos del DANE.

**Ilustración 10. INDICE DE PRODUCCIÓN REAL DE LA INDUSTRIAL MANUFACTURERA COLOMBIA
CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR.**



Fuente: Construida con información de Banrep a partir de datos del DANE..

CONCLUSIONES DEL ANALISIS DEL SECTOR

Como resultado del análisis realizado al sector textil- Confecciones en los últimos 10 años incluyendo el primer semestre del año 2016 , se puede concluir que en el mes de enero el sector presenta un nivel más bajo de producción y consumo comparando con los otros meses del año.

Las empresas de Medellín y Bogotá han tenido durante un largo tiempo una participación significativa en el sector. El sector textil se ve afectado por diferentes factores los principales son: la competencia interna y externa que se ven representados en precio, calidad y servicio como ejemplo la introducción de mercancías de procedencia extranjera y su vez la devaluación y la revaluación del dólar afectando negativa o positivamente de acuerdo al comportamiento del mercado.

Por otro lado, es importante resaltar el cambio en el precio del petróleo, las nuevas tecnologías que se están implementando en el proceso de producción y transformación los textiles; estas tecnologías permiten una mejor eficiencia en la entrega del producto final en menos tiempo posible.

POSTCONFLICTO

En nuestro país se está presentado un nuevo proceso de paz, que afecta a todos los colombianos, debido a que se integraran miles de personas a la civilización que están intentando resocializarse, esto indica a que se puede emplear y capacitar nuevas personas y más mano de obra que contribuirán a la producción generando así mayor demanda dentro del país, y se le puede brindar una nueva oportunidad a las personas que están intentando integrarse de nuevo a la vida pública.

En otro entorno este ingreso de personas la nuestra civilización puede presentar un riesgo a la seguridad publica debido a que estos no pueden llegar con una verdadera mentalidad de cambio y solo es para complicar la seguridad de nuestro país, esto nos perjudicaría debido a que se pueden generar ciertos escenarios fuera de control toma de carreteras que no se puedan abastecer a nuestros proveedores y estos generaría retrasos en nuestra producción.

TRIBUTACIÓN

En estos momentos los impuestos hacia las empresas en Colombia es una de las más altas en el continente, por esto las empresas deben dar una gran parte de las ganancias de la empresa van destinada a los impuestos, esto nos afecta gravemente debido a que mucho del dinero que está destinado hacia los impuestos dejamos de invertir en estudio de nuevas tendencias en otros países, la compra de insumos o de nuevas maquinarias para poder tecnificar más nuestra empresa y ser más eficientes en nuestras entregas, en cada compra nos costara más los insumos debido a que las otras empresas subirán sus precios para tener una mayor rentabilidad y el precio final de nuestras prendas se incrementara debido a que tenemos que contar en el precio final con los impuestos que se deben pagar al gobierno

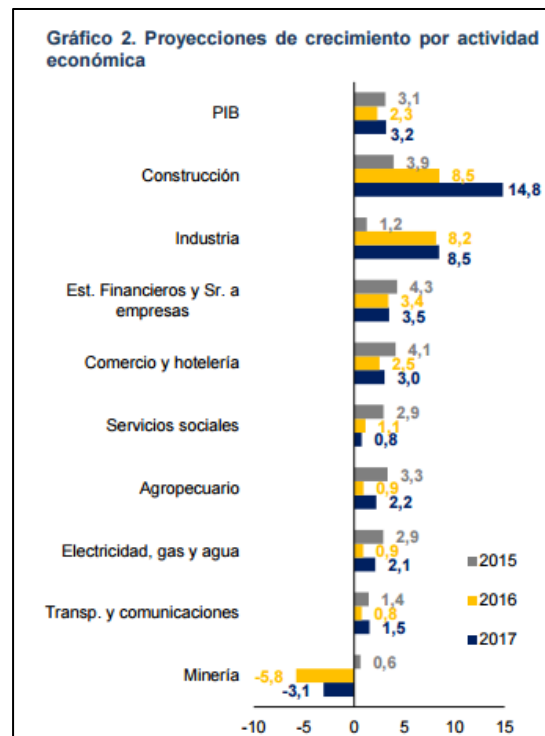
PROYECCIÓN

En efecto, el comienzo del año 2016 fue positivo para la industria manufacturera, con un crecimiento en su producción del 8,2% comparada con el año anterior, el petróleo ha venido aportando de manera indirecta pero de forma positiva a la expansión manufacturera, variables económicas tales como inflación, desempleo, tasas de interés, TRM, índice de confianza al consumidor dan un panorama complejo para la actividad productiva del mercado

Después de ver las variables macroeconómicas que amenazan las industrias el sector manufacturero sigue con niveles positivos 1,6% en el segundo mes del 2016 con respecto a febrero de 2015. En 12 meses, el personal ocupado en el sector aumentó 1,1%

Para la industria textilera en el año 2017 toma un rumbo con un crecimiento del 3,2% , el comienzo de año 2016 fue positivo para la industria manufacturera, con un crecimiento en su producción que superó el 8,0% lo cual señalan unos resultados de comportamiento más favorable para la industria manufacturera y una dinámica positiva en materia de construcción frente a las proyecciones realizadas al cierre de 2016, el PIB industrial el cual es una variable fundamental en este sector crecerá cerca de un y 8,5% en 2017, lo que implica una mejoría con respecto al año anterior.

ILUSTRACIÓN 11. PROYECCIONES DE CRECIMIENTO POR ACTIVIDAD ECONÓMICA.



Fuente: DANE,2016

El futuro de la industria manufacturera es alentador fabricando cosas en un mundo cambiante donde los consumidores exigen personalización y adaptación; las empresas hacen lo posible por satisfacer su nicho de mercado implementando mejoras en su producto terminado en tendencias, tecnología en prendas como en maquinaria, sobresalir a las circunstancias, la relación con precios y costos, la atención de su consumidor, velocidad para comercializar; cambios que se van implementado para ser competitivos en mercados externos.

CAPITULO III.

ANALISIS DEL MERCADO

OBJETIVOS DEL PROYECTO EN TERMINOS DE MERCADO

- Posicionar la marca POETY en nuevos mercados internacionales en los próximos 10 años.
- Obtener liderazgo en la marca de ropa femenina a nivel nacional e internacional.
- Desarrollar nuevas tendencias de moda para lograr entrar a un nuevo mercado
- Dar reconocimiento a la marca POETY en un periodo máximo de 3 años
Para que así pueda alcanzar sus logros y metas propuestas, tanto en el mercado nacional como internacional.
- Desarrollar ventas anuales entre 70.200 USD
- Posicionar la marca en un periodo de 7 años, así logrando un conocimiento de la marca a nivel internacional

ESTUDIO DE MERCADOS

Los mercados a analizar serán los siguientes Estados Unidos Ecuador, Brasil

Preselección:

ESTADOS UNIDOS

El primer mercado a analizar es Estados Unidos, se tendrán en cuenta variables económicas, políticas y culturales.

Ilustración 12 .BANDERA Y UBICACIÓN ESTADOS UNIDOS



Fuente: Central Intelligence Agency (CIA).2016

Estados Unidos está ubicado en América del Norte, bordeando el Océano Atlántico Norte y el Océano Pacífico Norte, entre Canadá y México.

Tabla 16.VARIABLES GENERALES DE ESTADOS UNIDOS

ESTADOS UNIDOS	
CAPITAL	WASHINGTON, DC
IDIOMA	Inglés
TIPO DE GOBIERNO	República Federal Presidencial
RELIGIÓN	Protestante 51,3%, 23,9% católica, mormona 1,7%, otros cristianos 1,6%, 1,7% judía, budista 0,7%, 0,6% musulmanes, o no especificado de otro 2,5%, 12,1% no afiliado, ninguno 4% (2007 est.)
MONEDA	Dólar Americano

PRINCIPALES CIUDADES	Nueva York, Los Ángeles; Chicago Miami; Dallas; WASHINGTON, D
DIVISIONES ADMINISTRATIVAS	50 estados y 1 distrito *; Alabama, Alaska, Arizona, Arkansas, California, Colorado, Connecticut, Delaware, Distrito de Columbia *, Florida, Georgia, Hawai, Idaho, Illinois, Indiana, Iowa, Kansas, Kentucky, Louisiana, Maine, Maryland, Massachusetts, Michigan, Minnesota , Mississippi, Missouri, Montana, Nebraska, Nevada, Nueva Hampshire, Nueva Jersey, Nuevo México, Nueva York, Carolina del Norte, Dakota del Norte, Ohio, Oklahoma, Oregón, Pensilvania, Rhode Island, Carolina del Sur, Dakota del Sur, Tennessee, Texas, Utah, Vermont, Virginia, Washington, West Virginia, Wisconsin, Wyoming

Fuente: Tabla construida a partir de información de Central Intelligence Agency (CIA).2016

Tabla 17. INDICADORES ECONÓMICOS DE ESTADOS UNIDOS

INDICADORES ECONÓMICOS	
POBLACIÓN	323'995.528 (Julio 2016)
PIB	\$17.95 Billones (2015)
PIB PER CAPITA	\$55.800 (2015)
TASA DE DESEMPLEO	5.2% (2015)
IMPUESTOS Y OTROS INGRESOS	18.1% del valor del PIB
TASA DE INFLACIÓN	0.1% (2015) y 1.6 % (2014)
EXPORTACIONES	\$ 1.598 billones (2015) Productos agrícolas (soja, fruta, maíz) 9.2%, suministros industriales (productos químicos orgánicos) 26.8%, bienes de capital (transistores, aeronaves, partes de vehículos automóviles, computadoras, equipos de telecomunicaciones) 49,0%, bienes de consumo (automóviles, medicamentos) 15,0% (2008 est.) Principales socios: Canadá 18,6%, México 15,7%, China 7,7%, Japón 4,2% (2015)

IMPORTACIONES	<p>\$ 2.347 billones (2015 est.)</p> <p>Principales Productos .Productos agrícolas 4,9%, suministros industriales 32,9% (crudo 8,2%), bienes de capital 30,4% (computadoras, equipos de telecomunicaciones, partes de vehículos automóviles, máquinas de oficina, aparatos de electricidad), bienes de consumo 31,8% (automóviles, ropa, medicinas, muebles, juguetes) (2008 est.)</p> <p>Principales socios: China, 21,5%, 13,2% Canadá, México 13,2%, Japón 5,9%, Alemania 5.5% (2015)</p>
----------------------	--

Fuente: Tabla construida a partir de información de Central Intelligence Agency (CIA).2016

Estados unidos ofrece oportunidades de mercado, oportunidades para todos los gustos y presupuestos por su diversidad de culturas y población

“Estados Unidos es el importador más grande el mundo, tiene más de 313 millones de habitantes y por altos índices de migración es considerado el país con la mayor diversidad cultural y étnica en el mundo. El principal grupo étnico es el hispano que ocupa alrededor del 15,1% de la población” (PROCOLOMBIA, 2016).

ECUADOR

El segundo mercado a analizar es Ecuador, se tendrán en cuenta variables económicas, políticas y culturales.

Ilustración 13 BANDERA Y UBICACIÓN ECUADOR



Fuente: Central Intelligence Agency (CIA).2016

Ecuador está ubicado al oeste de América del Sur, bordeando el Océano Pacífico en el Ecuador, entre Colombia y Perú

Tabla 18. VARIABLES GENERALES DE ECUADOR

ECUADOR	
CAPITAL	Quito
IDIOMA	Español (castellano) 93% (oficial), quechua 4,1%, otra indígena 0,7%, 2,2% extranjera
TIPO DE GOBIERNO	república presidencial
RELIGIÓN	Católica Romana 74%, 10,4% evangélico, testigo de Jehová, 1.2%, otros 6,4% (incluye Mormón budistas, judíos, espiritistas, musulmanes, hindúes, religiones indígenas, religiones afroamericanas, pentecostales), ateo, agnóstico 7,9% 0,1%
MONEDA	Dólar estadounidense
PRINCIPALES CIUDADES	Guayaquil y Quito

DIVISIONES ADMINISTRATIVAS	24 provincias (provincias, singular - provincia); Azuay, Bolívar, Cañar, Carchi, Chimborazo, Cotopaxi, El Oro, Esmeraldas, Galápagos, Guayas, Imbabura, Loja, Los Ríos, Manabí, Morona-Santiago, Napo, Orellana, Pastaza, Pichincha, Santa Elena, Santo Domingo de los Tsáchilas, Sucumbíos, Tungurahua, Zamora-Chinchipec
-----------------------------------	--

Fuente: Tabla construida a partir de información de Central Intelligence Agency (CIA).2016

Tabla 19. INDICADORES ECONÓMICOS DE ECUADOR

INDICADORES ECONÓMICOS	
POBLACIÓN	16 080 778 (julio el año 2016 .)
PIB	\$ 183.4 miles de millones (2015)
PIB PER CAPITA	\$ 11,300 (2015)
TASA DE DESEMPLEO	4,8% (2015)
IMPUESTOS Y OTROS INGRESOS	35,5% del PIB (2015)
TASA DE INFLACIÓN	4% (2015.)
EXPORTACIONES	\$ 18.36 mil millones (2015) Principales productos : petróleo, banano, flores cortadas, camarón, cacao, café, madera, pescado Principales Socios: Estados Unidos 39,5%, Chile 6,2%, Perú 5,1%, Vietnam 4,3%, Colombia 4,3% (2015)
IMPORTACIONES	\$ 20.93 mil millones (2015 est.) Principales Productos : materiales industriales, combustibles y lubricantes, bienes de consumo no duraderos Principales Socios : Estados Unidos 27,1%, China 15,3%, Colombia 8.3%, Panamá 4,9% (2015)

Fuente: Tabla construida a partir de información de Central Intelligence Agency (CIA).2016

BRASIL

El tercer mercado a analizar es Brasil, se tendrán en cuenta variables económicas, políticas y culturales.

Ilustración 14 BANDERA Y UBICACIÓN BRASIL



Fuente: Central Intelligence Agency (CIA).2016

Brasil está ubicado en Este de América del Sur, bordeando el Océano Atlántico

Tabla 20.INDICADORES ECONÓMICOS DE BRASIL

BRASIL	
CAPITAL	Brasilia
IDIOMA	Portugués (oficial y más hablada del lenguaje)
TIPO DE GOBIERNO	república federal presidencial
RELIGIÓN	Católico 64,6%, otra católica 0,4%, protestante 22,2% (incluye Adventista del 6,5%, Asamblea de Dios del 2,0%, la congregación cristiana de Brasil 1,2%, Universal Reino de Dios 1.0%, otros protestantes 11,5%), otros cristianos 0,7%, Espírita 2,2%, otros 1,4%, ninguna 8%, sin especificar 0,4% (2010 est.)
MONEDA	Real brasileño
PRINCIPALES CIUDADES	Sao Paulo 21.066 millones de dólares; Río de Janeiro 12.902 millones de dólares; Belo Horizonte 5.716 millones de dólares; BRASILIA (capital) 4.155 millones de dólares; Fortaleza 3,88 millones; Recife 3,739 millones (2015)
DIVISIONES ADMINISTRATIVAS	26 estados (Estados singular, - estado) y 1 distrito federal * (distrito federal); Acre, Alagoas, Amapá, Amazonas, Bahía, Ceará, Distrito Federal *, Espírito Santo, Goiás, Maranhao, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Pará, Paraíba, Paraná, Pernambuco, Piauí, Río de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Rondonia, Roraima, Santa Catarina, Sao Paulo, Sergipe, Tocantins

Fuente: Tabla construida a partir de información de Central Intelligence Agency (CIA).2016

Tabla 21.INDICADORES ECONÓMICOS DE BRASIL

INDICADORES ECONÓMICOS	
POBLACIÓN	205 823 665 (julio el año 2016.)
PIB	\$ 1.773 billones (2015)
PIB PER CAPITA	\$ 15,600 (2015)
TASA DE DESEMPLEO	6,4% (2015)
IMPUESTOS Y OTROS INGRESOS	35,1% del PIB (2015)
TASA DE INFLACIÓN	9% (2015.)
EXPORTACIONES	\$ 189,1 mil millones (2015.) Principales Productos : equipo de transporte, mineral de hierro, soja, calzado, café, coches Principales Socios: China 18,6%, Estados Unidos 12,7%, Argentina 6,7%, Holanda 5,3% (2015)
IMPORTACIONES	\$ 174,2 mil millones (2015 est.) Principales Productos : maquinaria, equipo eléctrico y de transporte, productos químicos, petróleo, piezas de automóviles, electrónica Principales socios : China 17,9%, Estados Unidos 15,6%, Alemania 6.1%, Argentina 6% (2015)

Fuente: Tabla construida a partir de información de Central Intelligence Agency (CIA).2016

CONCLUSIONES ESTUDIO DE MERCADO

El mercado más idóneo para la exportación del producto es Estados Unidos, debido a que es uno de los países más grandes del mundo tiene una población mayor comparada con los otros países, esto beneficia al consumo del producto además Estados Unidos y tiene una colonia muy grande de latinos.

El TLC que tenemos con este país y las preferencias arancelarias que este tiene lo hace un potencial país para dar nuestros productos, aunque es un país donde se encuentran todo tipo de marcas desde los mejores diseñadores hasta ventas en súper mercados como lo es el Wal-Mart, con una diferencia de precios muy significativa, podríamos entrar a competir en este gran mercado en este país.

También tenemos que estudiar cual es la Ciudad en que más se concentran las comunidades latinas para dirigirnos a ese mercado en específico ya que los productos tienen esa esencia latina, es importante que lo consumidores sientan que se están poniendo un pedacito de su país natal o que se acuerden de que podemos llevarle la moda que siempre les ha gustado a este país.

El valor agregado que le vamos a dar a nuestro producto es lo que nos va a beneficiar en la entrada a este país, ya que vamos a contar con diseños exclusivos basándonos en nuevas tendencias que cada vez están en constante cambio, la calidad en nuestras telas y confecciones, el servicio al cliente es una base fundamental para que los clientes se sientan atraídos por la marca, recalcando lo importante que son para la compañía fidelizando y atrayendo clientes potenciales.

ARANCEL GENERAL EE UU

Estados Unidos tiene un TLC con Colombia, los productos de POETY están contemplados con preferencia arancelaria y Estados Unidos es el principal socio comercial de Colombia.

Tabla 22. ARANCEL PARA EL INGRESO DE MERCACIAS A ESTADOS UNIDOS

6106 6106.10.00	Women's or girls' blouses and shirts, knitted or crocheted: Of cotton.....		19.7%	Free (AU, BH, CA, CL, CO, IL, JO, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG) 9.8% (KR)	45%
10	Women's (339).....	doz. kg			
20	Girls: Imported as parts of playsuits (237).....	doz. kg			
30	Other (339).....	doz. kg			

Fuente: Tabla construida con información de Harmonized Tariff Schedule.

REQUISITOS DE ACCESO Y NORMATIVIDAD A EE. UU

Todos los productos textiles exportados hacia los Estados Unidos deben cumplir con ciertos requerimientos de etiquetado estampado y contenido.

- Normas de etiquetado:

Contemplan 3 tipos de etiquetas: de marca, de composición y de cuidado. Deben estar escritas en inglés, cumplir el formato estándar según el tipo, tamaño y fibra del producto, así como de la procedencia de la prenda. La Federal Trade Commission regula estos estándares, permitiéndose el uso de símbolos en lugar de textos, utilizados por la (ASTM) American Society for Testing & Materials

- Reglas de origen:

Son criterios, requisitos y principios que se usan para determinar el origen de la mercancía; su origen es donde fue producida el producto final o ha sufrido una transformación.

Criterios de origen,
Certificado de origen.

Verificación de origen

- Clasificación arancelaria:

Es una codificación numérica de una mercancía que se comercializa a nivel internacional, el código se encuentra basado en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de mercancías el cual fue creado por la organización mundial de aduanas (OMA)

ORGANISMOS QUE REGULAN EL INGRESO DE TEXTILES CONFECCIÓN EN EE. UU

*CBP (CUSTOMS AND BORDER PROTECCION)

*FTC (FEDERAL TRADE COMMISSION)

*CPSC (CONSUMER PRODUCT SAFETY COMMISION)

PERFIL DE MERCADO POTENCIAL DE BIENES.

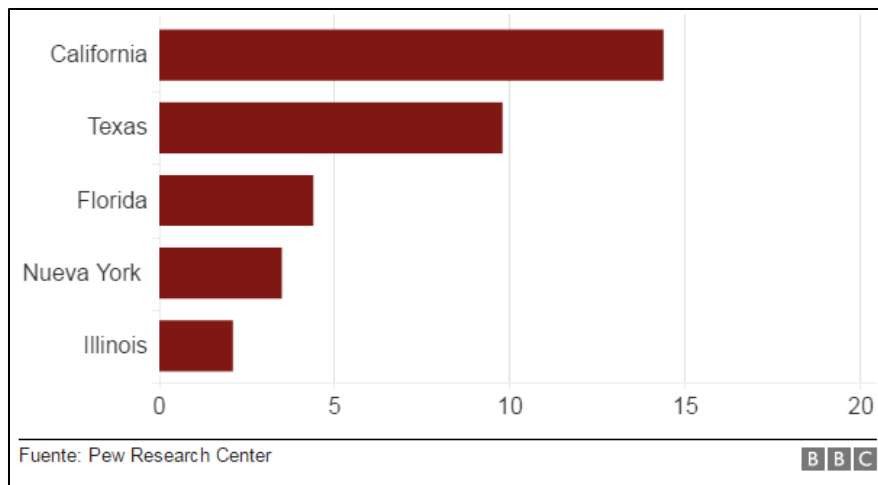
Los consumidores potenciales para el producto son las mujeres, las blusas están diseñadas para las mujeres que están a la vanguardia de moda, mujeres que les gusta estar cómodas y hermosas a la vez.

Las blusas cuentan con diferentes diseños y estilos que se ajustan a las necesidades y gustos de las mujeres independiente de su nacionalidad, nivel socio-económico e ingresos. La región geografía para la venta del producto serían los siguientes estados California, Texas, Florida, Nueva York, Illinois porque es estas se concentran gran cantidad de población latina además son estados en los cuales la moda y el glamour son muy importantes, es por ello que se identifica mayor probabilidad de aceptación del producto.

CUANTIFICACIÓN DE LOS CLIENTES POTENCIALES DE BIENES

PRINCIPALES ESTADOS

Ilustración 15. ESTADOS CON MÁS POBLACIÓN EN ESTADOS UNIDOS.



Fuente: BBC ,2016

Tabla 23. ESTADOS CON MÁS POBLACIÓN EN ESTADOS UNIDOS.

ESTADO	POBLACIÓN TOTAL	CANTIDAD DE LATINOS
CALIFORNIA	38,8 millones	14,99 millones
TEXAS	26,96 millones	10,40 millones
FLORIDA	19,89 millones	4,79 millones
NUEVA YORK	19,75 millones	3,66 millones
ILLINOIS	12,89 millones	2,1 millones
TOTAL	106,79 millones	39,6 millones

Fuente: Tabla construida a partir de Pew Research center, 2014.

La cantidad de Hispanos en EE.UU es cada vez mayor, la participación de estos corresponden a un porcentaje significativo de la población total. Los cinco estados principales con mayor concentración de latinos son : California, Texas, Florida, Nueva York e

Illinois por lo cual es importante destacar que en el estado de California se concentra la mayor parte de población latina con un porcentaje aproximado del 38,63 %, seguido de Texas con el 38,57 %. De acuerdo a los porcentajes anteriormente mencionados se calcula un aproximado en población femenina del 48,95 % en ambos estados, en base a esta información se podría definir que el 18 % corresponde a un rango de edad entre los 17 y 30 años.

En conclusión, se determina que el estado de California es el mercado más atractivo para el producto, identificando allí mayor oportunidad de aceptación del mismo y a su vez lograr los alcances de expansión de la empresa.

Tabla 24 . POBLACIÓN Y EL ORIGEN NACIONAL CALIFORNIA

		Rango de Estados Unidos ²
Total de la población hispana en California	14991000	1
Los hispanos como por ciento de la población del estado	39%	2
Los hispanos como porcentaje de la población hispana en EE.UU.	27,1%	1
Nacidos en Estados Unidos los hispanos (ciento de los hispanos)	64%	32
Los hispanos nacidos en el extranjero (por ciento de los hispanos)	36%	20
origen mexicano (por ciento de los hispanos)	84%	5
origen extranjero (por ciento de los hispanos)	dieciséis%	43

Fuente: Pew Research center, 2014

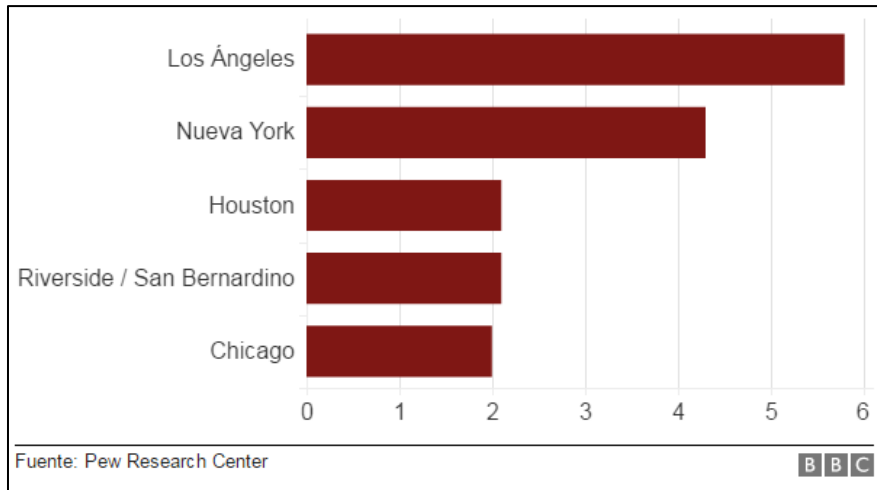
Tabla 25. POBLACIÓN Y EL ORIGEN NACIONAL ESTADO DE TEXAS

		Rango de Estados Unidos ²
Total de la población hispana en Texas	10405000	2
Los hispanos como por ciento de la población del estado	39%	3
Los hispanos como porcentaje de la población hispana en EE.UU.	18,8%	2
Nacidos en Estados Unidos los hispanos (ciento de los hispanos)	70%	20
Los hispanos nacidos en el extranjero (por ciento de los hispanos)	30%	32
origen mexicano (por ciento de los hispanos)	87%	3
origen extranjero (por ciento de los hispanos)	13%	45

Fuente: Pew Research center,2014

PRINCIPALES CIUDADES

Ilustración 16.CIUDADES CON MÁS POBLACIÓN EN ESTADOS UNIDOS.



Fuente: BBC ,2016

Tabla 26. CIUDADES CON MÁS POBLACIÓN EN ESTADOS UNIDOS.

CIUDADES	POBLACIÓN TOTAL	CANTIDAD DE LATINOS
LOS ANGELES	3,88 millones.	1,49 Millones.
NUEVA YORK	8,40 millones.	4,30 Millones.
HOUSTON	2,10 millones.	1,0 Millón aprox.
RIVERSIDE / SAN BERNARDINO	-----/-----	2,10 Millones.
CHICAGO	2,71 millones.	1,50 Millones.
TOTAL	17,09 millones.	

Fuente: Tabla construida a partir de Pew Research center, 2014.

La cantidad de Hispanos en EE.UU es cada vez mayor, la participación de estos corresponden a un porcentaje significativo de la población total. Las cinco ciudades principales con mayor concentración de latinos son : Los Ángeles, Nueva York, Houston, San Bernardino, Chicago por lo cual es importante destacar que en la ciudad de los Angeles se concentra la mayor parte de población latina con un porcentaje aproximado del 38,40 %, seguido de Nueva York con el 51.19 %. De acuerdo a los porcentajes anteriormente mencionados se calcula un aproximado en población femenina del 26 % en ambas ciudades, en base a esta información se podría definir que el 10 % corresponde a un rango de edad entre los 17 y 30 años.

En conclusión, se determina que la ciudad de Nueva York es el mercado más atractivo para el producto, identificando allí mayor oportunidad de aceptación del mismo y a su vez lograr los alcances de expansión de la empresa.

PLAN DE VENTAS

Mediante el estudio de mercado que se elaboró entre Estados y Ciudades de Estados Unidos, la ciudad que se identificó de acuerdo de las diferentes variables analizadas es Nueva York, debido a que tiene una gran concentración de población latina, el porcentaje al que queremos llegar inicialmente es al 0.60% de las mujeres de descendencia latina entre las edades de los 17 a 30 años, ya que los productos están pensados en ellas.

- Para ejercer el plan de ventas tuvimos en cuenta actividades fundamentales para que el proyecto comercial tuviera un enfoque claro; fidelización de clientes, generación de los nuevos clientes, plataformas para acercarnos a los consumidores, canal de distribución, seguimiento de la fidelización de los clientes.

Tabla 27. PLAN DE VENTAS EXPORTACIÓN

PLAN DE VENTAS	
Oferta	La empresa poety en los primeros 4 meses tiene como objetivo satisfacer las necesidades de 200 mujeres con un promedio mensual de venta de 39,00 USD
Demanda	La proyección de la demanda que tiene la empresa POETY en los primeros 5 años es la venta de los productos ofrecidos con un promedio de 450 prendas mensuales
Precios de Referencia	Los precios pueden tener variación según la TRM o la prenda elijada a exportar; la empresa tiene un precio estimado para entrar al mercado internacional de 13,00 USD por prenda
Proyección	Lo proyectado para este plan de ventas será a cabo de llevar 5 años en el mercado internacional tener la capacidad para ofrecer el producto entre 350 y 400 mujeres mensuales satisfaciendo sus necesidades.

Fuente: Tabla construida a partir de información proyectada por POETY

MERCADO DISTRIBUIDOR

El canal de distribución inicialmente a utilizar es el canal indirecto, teniendo en cuenta que es importante primero lograr posicionamiento y reconocimiento en el mercado internacional, esto se logrará por medio de almacenes de cadena, tiendas, outlets, boutiques y otras empresas que sean distribuidoras.

Es importante en la parte logística formar alianzas estratégicas a nivel nacional e internacional que contribuyan a una buena distribución del producto y a su vez estabilidad en costos, precios y tiempo de entrega.

El posicionamiento del mercado a nivel internacional requiere tiempo e implementación de estrategias de mercadeo (marketing). La empresa Poety en sus expectativas de crecimiento y proyección visiona distribuir el producto directamente para facilitar y simplificar los intercambios comerciales de compra y venta, al ser un producto que se puede adquirir por ventas directas como lo es por teléfono, redes sociales, compras por correo, hacer pedidos por catálogo; este método de distribución sería ideal en el cual la empresa no tendría ningún intermediario y más cercanía al cliente.

La empresa como fabricante visiona desempeñar la mayoría de las funciones en la cadena de abastecimiento, con este método de distribución; tales como comercialización, transporte, almacenaje y aceptación de riesgos sin la ayuda de ningún intermediario (mayorista, minorista, consumidor final) que conforman este canal y nuestro cliente estaría ganando en cuanto a niveles de precio y a nivel empresarial se estarían generando mayor utilidad.

MERCADO COMPETIDOR

MERCADO COMPETIDOR NACIONAL

Tabla 28. INFORMACIÓN EMPRESA VIKATS

VIKATS	
Página web	http://www.vikats.com .
Productos	Blusas de dama, vestidos, chalecos
Precios de Referencia	La marca vikats maneja varios precios dependiendo del estilo de las blusas que ofrece a sus mercados o de sus puntos de ventas, también maneja ofertas de colecciones pasadas ofreciéndolas a un precio más económico.
Fortaleza	Vikats es una marca que lleva 12 años en el mercado nacional, cada vez va siendo más acogida por los clientes, tienen varios puntos de ventas incluyendo en centros comerciales, hace exportaciones por medio de impoexport, tiene un lema VIKATS CON CORAZON el cual busca ser una mano de apoyo, un destello de luz y color en la vida de a quienes quieren acompañar; realizan aportes en alimentación y llevan todo el color y belleza de Vikats a niñas en situaciones difíciles.
Debilidades	La falta de tecnología en los procesos de la elaboración de sus productos. Falta de cercanía cliente/proveedor
Estrategias de comunicación, promoción y ventas	Las estrategias de comunicación que tiene Vikats son transportes de publicidad por ciertas partes de la ciudad, como lo es el centro de Medellín, participación en Colombia moda, modelos para la toma de sus catálogos que llamen la atención a los consumidores, uso de las redes sociales, vallas en edificios del centro de Medellín.
Canales de distribución	El canal de distribución que maneja GAP es directos e intermedio debido a que ellos exportan pequeñas cantidades hay terceros que les manejan el proceso y a nivel nacional manejan el directo debido a que se encargan de tener sus puntos de venta, ofrecer y distribuir.

Fuente: Construida con información suministrada por la empresa mencionada, 2016

Tabla 29. INFORMACIÓN EMPRESA COLORS

COLORS	
Página web	https://colors.com.co/
Productos	Vestidos, faltas, pantalones, blusas, buzos, enterizos.
Precios de Referencia	Los precios varían según el producto seleccionado que desee comprar o sus puntos de ventas.
Fortaleza	Colors es una empresa que lleva en el mercado 23 años, lo cual indica que ya tiene una larga trayectoria en el mercado y reconocimiento; esto les ha brindado más conocimiento de su mercado competidor y de sus clientes, tiene tiendas en centros comerciales, importa por medio de impoexprt a Estados Unidos, Bolivia entre otros; Su mayor fortaleza es estar siempre un paso adelante del mercado de la moda tradicional.
Debilidades	Sobre costos en materias primas, falta de marketing, poca tecnología en su producción.
Estrategias de comunicación, promoción y ventas	Sus estrategias para la comercialización de su marca son la participación en Colombia moda, vallas publicitarias por la ciudad, usar modelos en sus catálogos para atraer la atención de sus compradores, envíos de sus nuevos catálogos por medio de correos electrónicos.
Canales de distribución	El canal de distribución que utilizan en el mercado nacional es directo debido a que este tiene su propio punto de venta, distribuye y produce sus productos, esto acorta los tiempos de llegada al cliente final y reduce costos para mayor utilidad.

Fuente: Construida con información suministrada por la empresa mencionada, 2016

MERCADO COMPETIDOR INTERNACIONAL

Tabla 30 . INFORMACIÓN EMPRESA GAP

GAP	
Página web	http://www.gap.com
Productos	Shirts, Blusas, Sweaters, Shorts, Jeans, Dresses
Precios de Referencia	Esta empresa maneja varios precios depende del estilo de ropa que se desea comprar, también maneja ofertas de colecciones pasadas que tienen un precio que quedan más económicas las prendas ofertadas.
Fortaleza	Esta por ser una empresa internacional que lleva muchos años en el mercado ya tiene un reconocimiento y posicionamiento en el mercado de los Estados unidos y que las mujeres buscan marca y buscan también las ofertas constantes que ofrece esta empresa a todos sus consumidores.
Debilidades	Una de las debilidades de esta empresa es el acercamiento al cliente debido a ser una marca tan posicionada y tener almacenes tan grandes, la atención de venta no puede ser la más eficiente.
Estrategias de comunicación, promoción y ventas	Las estrategias de comunicación que tiene GAP es mostrar vallas publicitarias por toda la ciudad, envió de correos a las cuentas personales de los clientes para mostrar sus nuevas colecciones y que esta de tendencia en esa temporada, tener a personas famosas promocionando su marca y mostrándola en eventos o en la vida diaria.
Canales de distribución	El canal de distribución que maneja GAP es directo debido a que ellos se encargan de tener sus puntos de venta, ofrecer, distribuir, y el acercamiento con el cliente.

Fuente: Construida con información suministrada por la empresa mencionada, 2016

Tabla 31 . INFORMACIÓN EMPRESA GAP AEROPOSTALE.

AEROPOSTALE	
Pagina web	http://www.aeropostale.com
Productos	Camisetas, Camisas, Chaquetas, Jeans, Vestidos, Shorts
Precios de Referencia	Los precios varían según el producto seleccionado que desee comprar.
Fortaleza	Su fortaleza es su posicionamiento en el mercado y los bajos precios que manejan en sus productos, el constante cambio de referencias hace que los consumidores estén pendiente de lo nuevo que este ofreciendo esta marca.
Debilidades	Al ser una marca que ofrece productos a un precio muy económico, no existe un nivel de exclusividad que buscan algunas mujeres al comprar su ropa.
Estrategias de comunicación, promoción y ventas	Las estrategias de comunicación, promoción y ventas de esta marca es vallas publicitarias por la ciudad, tener a personas famosas como marca para que muestren los productos, envíos de correos electrónicos mostrando las nuevas colecciones y la tienda online que no tienes que salir de casa para poder adquirir los productos de esa marca.
Canales de distribución	El canal de producción es directo debido a que este tiene su propio punto de venta, distribuye y produce sus productos y esto acorta los tiempos de llegada al cliente final.

Fuente: Construida con información suministrada por la empresa mencionada, 2016

COMUNICACIÓN Y ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN

La empresa actualmente no cuenta con métodos de comunicación, promoción y divulgación en sus productos.

Lo que se quiere implementar en la empresa POETY es promocionar mediante redes sociales como lo son Instagram y Facebook, Vallas publicitarias, mediante la página web y que esta misma tenga tienda virtual, promocionando mediante radio.

Lo primero sería promocionar mediante redes sociales, una persona en específico estaría en esta tarea para que este pendiente de todos los movimientos que se puedan ver en la competencia, y que diariamente este publicando fotos de nuevas prendas o promocionando la nueva colección para que así genere un interés en las compradoras y que estén pendiente de lo que diariamente se publica por estos medios, también informar donde pueden conseguir los productos y las promociones que se encuentran en ese momento.

Contratar un espacio en la emisora radial de moda para las jóvenes para pautar e invitar a las compradoras a que se acerquen a los puntos de venta para que conozcan la nueva colección y las promociones que se ofrecen.

Mostrar en vallas publicitarias lo nuevo que se ha ido confeccionando y ha salido al mercado y que esté de moda para que todas las compradoras que lo vean sepan dónde buscarlo ya que en ella misma se muestra toda la información como números de contacto, redes sociales, dirección de los puntos de venta y la página web.

Crear una página web donde esta cumpla la función de ser una tienda virtual para que personas que estén en otras ciudades, o les guste hacer compras por internet o no tengan tiempo para desplazarse hacia los puntos de venta, siempre se tendrá una persona encargada en estar actualizando con nuevas prendas o nuevas colecciones y las promociones que se encuentran vigentes en la página web, en esta página también se estará haciendo un acercamiento con el cliente mediante el servicio post venta, si les llevo en el tiempo estimado la prenda, si les quedo bien, si fue de su agrado la calidad de la prenda.

Tabla 32. VALORES DE ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DIVULGACION

ESTRATEGIAS	VALOR
Redes Sociales	\$800.000
Vallas Publicitarias	\$1.500.000
Radio	\$1.200.000
Página Web	\$1.000.000
Persona que se encarga de manejar las Redes Sociales y Pagina Web	\$1.000.000
Total	\$5.500.000

El valor que se gastaría mensualmente en estrategias de promoción y divulgación serian \$5'500.000, pero se espera generar muchos más ingresos de ventas con estas estrategias.

CAPITULO IV.

ANÁLISIS COMERCIO INTERNACIONAL

TRATADO CODE LIBRE COMERCIO EE.UU- COLOMBIA.

Según Dian,2016. El Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América, sus cartas adjuntas y sus entendimientos fueron suscritos en Washington, el 22 de noviembre de 2006 y entro en vigencia el 15 de mayo del 2012 Así lo establecieron los presidentes de Colombia, Juan Manuel Santos, y de EE.UU., Barack Obama.

El 12 de octubre de 2011 el Congreso de los Estados Unidos aprobó el Acuerdo, hecho que fue seguido por la sanción de la ley aprobatoria por parte del presidente Obama el 21 de octubre de 2011. Así se dio inicio a la etapa de implementación normativa del Acuerdo en Colombia, el cual tuvo por objeto verificar que se lleven a cabo los ajustes tendientes a garantizar que el Acuerdo es compatible con nuestro ordenamiento jurídico.

El objetivo de este TLC es la inserción de Colombia en el mercado estadounidense con relaciones bilaterales que promoverán los intereses económicos y comerciales, e incentivarán la inversión. En general, se busca brindar a los inversionistas un ambiente de negocios más estable y lograr que los acuerdos sean favorables para la prestación de bienes y servicios y propiciar la exportación de los mismos.

Tabla 32. CAPITULOS DEL ACUERDO COLOMBIA –ESTADOS UNIDOS

CAPITULOS	
1. Disposiciones Iniciales y Definiciones Iniciales	13. Política de Competencia
2. Trato Nacional y Acceso de Mercancías al Mercado.	14. Telecomunicaciones
3. Textiles y Vestido	15. Comercio Electrónico
4. Reglas de Origen y Procedimientos de Origen	16. Derechos de Propiedad Intelectual
5. Procedimiento Aduanero y Facilitación del Comercio	17. Asuntos Laborales
6. Medidas Sanitarias y Fitosanitarias	18. Medio Ambiente
7. Obstáculos Técnico al Comercio	19. Transparencia
8. Defensa Comercial	20. Administración del Acuerdo y Fortalecimiento de Capacidades Comerciales
9. Contratación Pública	21. Solución de Controversias
10. Inversión	22. Excepciones Generales
11. Comercio transfronterizo de Servicios	23. Disposiciones Finales
12. Servicios Financieros	Anexo I: Medidas Disconformes para Servicios e Inversión: Colombia/EEUU Anexo II: Medidas Disconformes para Servicios e Inversión: Colombia/EEUU Anexo III: Medidas Disconformes para Servicios Financieros: Colombia/EEUU y Nota explicativa Entendimiento sobre Biodiversidad y Conocimientos Tradicionales

Fuente: DIAN,2016

DESGRAVACIONES

- Se establece que el año uno (1) será el año en que el acuerdo entra en vigor.
- A partir del año dos (2), la reducción arancelaria de cada etapa será anual e iniciará el primero de enero del respectivo año.

Tabla 33. CATEGORIAS DE DESGRAVACIÓN MERCANCÍAS NO AGRÍCOLAS

CATEGORIA	Ejemplos
A: Desgravación Inmediata (0%)	0303.11.00.00 Salmones rojos congelados 3002.10.11.00 Suero Antiofídico 3305.10.00.00 Champús 4011.10.10.00 Llantas radiales 8436.21.00.00 Incubadoras y criadoras de aves 9018.11.00.00 Electrocardiógrafos
B: Cinco etapas anuales iguales. (0% año 5)	0304.41.00.00 Filetes de Salmones del Pacífico 1504.20.10.00 Aceite de pescado en bruto 2710.19.35.00 Aceites base para lubricantes 3903.11.00.00 Poliestireno expandible 6813.81.00.00 Guarniciones para frenos 7407.10.00.00 Barras y perfiles de cobre refinado
C: Diez etapas anuales iguales. (0% año 10)	3904.21.00.00 Policloruro de vinilo sin plastificar. 4006.10.00.00 Perfiles para recauchutar 4419.00.00.00 Artículos de mesa o de cocina 6404.11.10.00 Calzado con suela de caucho o plástico para deporte 7313.00.10.00 Alambre de púas de hierro o acero
F: Siguen tratamiento del 0%.	2903.82.30.00 Heptacloro 3204.15.10.00 Índigo sintético 3808.91.99.20 Preparaciones intermedias de cyflutrin 4014.10.00.00 Preservativos. 8802.11.00.00 Helicópteros peso inferior ó igual a 2000 k
K: Siete etapas anuales iguales. (0% año 7)	3208.10.00.00 Pinturas y barnices disueltos en medio no acuoso a base de poliésteres. 3902.10.00.00 Polipropileno en formas primarias. 3905.12.00.00 Poliactato de vinilo en dispersión acuosa 3907.50.00.00 Resinas alcídicas
U: Reducción del Arancel Base. En la fecha de entrada en vigor: 10%.	4803.00.10.00 Papel y cartón, del tipo utilizado para papel higiénico en bobinas o rollos 4804.21.00.00 Papel y cartón kraft para sacos (bolsas), crudo, en bobinas o rollos. 4818.30.00.00 Mantel y Servilletas de papel. 4820.20.00.00 Cuadernos

Fuente: construida a partir de información de la DIAN,2016

TABLA 34.CATEGORIAS DE DESGRAVACIÓN MERCANCÍAS AGRÍCOLAS AMBITO OMC

CATEGORIA	Ejemplos
A, B YC : Desgravación igual a la establecida para las mercancías no agrícolas.	<p>A: 0201.10.00.00 Carne de la especie bovina, fresca o refrigerada, en canales o medias canales.</p> <p>B: 0402.99.10.00 Leche condensada.</p> <p>C: 0710.22.00.00 Fríjoles cocidos al agua o vapor, Congelados.</p>
D: Quince (15) etapas anuales iguales	1701.14.00.00 Los demás azúcares de caña, en Bruto, diferentes a la panela.
E: Tasa base años 1 a 10. Años 11 a 17 = 7 etapas anuales iguales hasta 0% 1 de enero año 17.	
H: Tres (3) etapas anuales iguales	0404.90.00.00 Productos constituidos por los componentes naturales de la leche.
L: Ocho (8) etapas anuales iguales	2005.59.00.00 Preparaciones de frijoles sin congelar
N: Nueve (9) etapas anuales iguales.	1702.40.20.00 Jarabe de glucosa
N: Doce (12) etapas anuales iguales.	1005.90.30.00 Maíz blanco gigante
T: Once (11) etapas anuales iguales.	Arancel Extra-cupo 0405.10.00.00 Mantequilla
V: 37.5% de la tasa base año de entrada en vigor.	Arancel Extra-cupo 0201.20.00.00 Carne de bovino

Fuente: construida a partir de información de la DIAN, 2016

Tabla 35 .CATEGORIAS DE DESGRAVACIÓN POR SECTORES

CATEGORIAS DE DESGRAVACIÓN POR SECTORES	
SECTOR	CATEGORIA
Sector Químico (Capítulos 28 y 29)	A, B, C y F.
Sector Pinturas (Capítulo 32)	A, B, C y K.
Sector Plásticos y Caucho (Capítulos 39 y 40)	A, B, C y K.
Sector Papel (Capítulo 48)	Categorías A y U. Algunas B
Sector Textil y Confecciones (Capítulos 50 a 63)	A
Sector Metalúrgico	A, B y C
Sector Maquinaria	A,B y C
Sector Material Eléctrico	A, B, C y K
Sector Automotor (Capítulo 87)	A: Vehículos no ensamblados en el país. B: Sólo para vehículos 4 x 4 y cilindrada superior a 3000 cc. C: Vehículos ensamblados en el país y autopartes.
Remanufacturados	Mantiene tasa base del año 1 al 5. •Del año 6 al 10 desgravación en 5 etapas anuales iguales

Fuente: construida a partir de información de la DIAN,2016

Tabla 36.POSICIONES ARANCELARIAS Y BENEFICIOS ARANCELARIOS

	ORIGEN	DESTINO
Partida Arancelaria	61.06.10.00.00	61.06.10.00.10
Arancel	15 %	0%
Beneficios		Categoría A :0% a partir de la entrada del TLC.

Fuente: construida a partir de información de la DIAN Y Harmonized Tariff Schedule Of The United States (2016)

Ilustración 17. HARMONIZED TARIFF SCHEDULE OF THE UNITED STATES (2016).

6106	Women's or girls' blouses and shirts, knitted or crocheted:				
6106.10.00	Of cotton.....		19.7%	Free (AU, BH, CA, CL, CO, IL, JO, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG) 9.8% (KR)	45%
	10 Women's (339).....	doz.			
		kg			
	20 Girls':				
	Imported as parts of playsuits (237).....	doz.			
		kg			
	30 Other (339).....	doz.			
		kg			

Fuente: United States International Trade Commission , 2016.

VENTAJAS DEL TLC COLOMBIA-ESTADOS UNIDOS

Según Colombia digital, agosto 2012:

- Aumento y aceleración del crecimiento económico derivado del mayor flujo de capital.
- Incremento de las exportaciones, especialmente las de productos y servicios que no eran considerados antes como “tradicionales” en el mercado.
- Aumento de la competitividad de la industria nacional derivado del acceso a nuevas tecnologías, materias primas y conocimientos provenientes del otro país a menores costos.
- Estabilidad del mercado laboral en el sector industrial, en la medida que las empresas requerirán su planta de personal para producir los bienes que exportarán. Así mismo, existe la posibilidad de generar más empleo en la medida que se amplíen las ventas en el mercado extranjero.
- Aumento de la confianza inversionista.

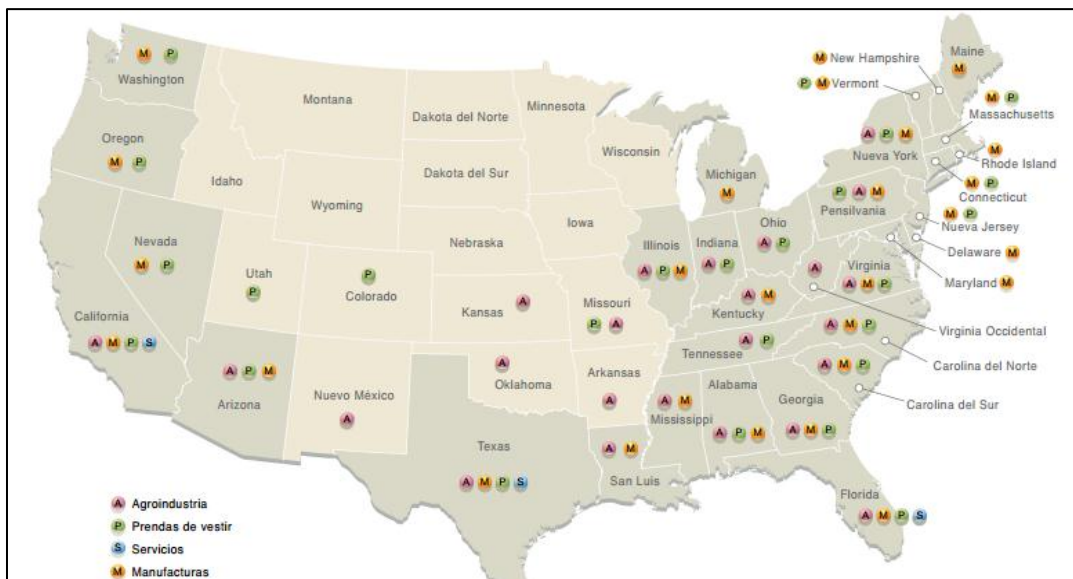
- Modernización del Estado y de las organizaciones relacionadas con el comercio exterior.

DESVENTAJAS DEL TLC COLOMBIA-ESTADOS UNIDOS.

Según Colombia digital, Agosto 2012

- Desequilibrio de la economía interna y desprotección de sectores productivos poco beneficiados con la negociación del Tratado.
- Desajuste en materia de ingresos tributarios, ya que al eliminar los aranceles de entrada de productos extranjeros se estaría dejando de recibir impuestos por este concepto, lo que podría ahondar el déficit fiscal nacional; sin embargo, los analistas esperan que este dinero se recupere por concepto de IVA e Impuesto de Renta derivados del mayor movimiento de la economía.
- Poca capacidad de adaptación de las empresas nacionales frente a los estándares internacionales de producción, generando monopolios y captación del mercado por parte de la oferta norteamericana que entre al país.

ILUSTRACIÓN 18. OPORTUNIDADES DE NEGOCIO ESTADOS UNIDOS.



Fuente: United States International Trade Commission , 2016.

REQUISITOS Y VISTOS BUENOS

Este producto no necesita permisos previos ni vistos buenos para la exportacion, como lo muestra la pagina de la DIAN.

ILUSTRACIÓN 19.PERFIL DE LA MERCANCÍA

DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	6106.10.00.00			01-ene-2007	...	
Descripción	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, para mujeres o niñas. - De algodón			01-ene-2007	...	
Unidad física	u - Unidades o artículos			01-ene-2007	...	

MEDIDAS			
Concepto	Importaciones	Exportaciones	Tránsito
Gravamen			
IVA			
Otras tarifas generales			
Gravámenes por acuerdos internacionales			
Medidas de protección comercial			
Régimen de comercio			
Bienes de capital			
Índice Alfabético Arancelario			
Notas de nomenclatura			
Correlativas por apertura			
Correlativas por cierre			
Requisitos Específicos de Origen (REO)			
Documentos soporte			
Características especiales			
Restricciones			
Restricciones por Zonas de Régimen Aduanero Especial			
Tarifas por Zonas de Régimen Aduanero Especial			
Modalidades permitidas			
Descripciones de mercancías			
Documentos soporte por zona de RAE			
Cupos de Mercancia			

Fuente: Dian,2016

CAPACIDAD EXPORTADORA DE POETY

La capacidad de producción mensualmente de la empresa POETY se encuentra en 3500 prendas, el tiempo de confección para la entrega final de las prendas es aproximadamente 1 mes. En el momento de diseñar estas prendas se hace el muestrario y se decide que tipo de tela y accesorios va a llevar la misma para pasar al área de corte y enviarlos a confección, si la prenda estará compuesta por estampados, piedrares, bordados o botones se procede a realizar los respectivos ojales, después de terminada la parte de confección regresa a las instalaciones de Poety y allí se hace la verificación de calidad y se pule.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente la empresa POETY tiene la capacidad de producción y así mismo de exportar y abastecer el mercado extranjero.

El precio de venta en fábrica (EXW) es de 13USD por prenda.

PARTICIPACIÓN EN FERIAS ESPECIALIZADAS

- ISS Long Beach
- MAGIC
- Sole Commerce
- WWD Magic
- Project Las Vegas
- Sourcing at Magic
- Curveny New York
- Project New York 2016

La feria que se escogió para esta empresa es **SOLE COMMERCE** que se realiza en Estados Unidos en la ciudad de New York los días 27 de Febrero a 1 de Marzo del 2017 en Jacob K. Javits Convention Center, la asistencia a esta feria es Anual.

En esta feria estarán 2 representantes de nuestra empresa ofreciendo los productos y mostrándole a los visitantes de esta feria lo que se realiza y las colecciones que tiene la empresa.

Los costos que se van a tener en cuenta para asistir a esta feria son los siguientes

- Viáticos
Los viáticos que se van a entregar a cada persona por este viaje son 300 USD para sus gastos básicos.

- **Hospedaje**
El hotel que se va a utilizar se llama Hotel Pennsylvania que queda a todo el frente de la estación del metro Pennsylvania y el Madison Square Garden, se estima estar 6 noches en esta ciudad y cuestan por persona 1'482.000 siendo un total de 2'964.000
- **Pasajes y/u otro transporte**
Los pasajes para las representantes que se van a enviar para esta feria cuestan 1.016,00 USD por persona con la Aerolínea Jet Blue

El presupuesto que se tiene para transportes para las representantes es 200 USD por persona
- **Alimentación**
El hotel incluye los desayunos de los días de hospedaje, el resto de la alimentación se tiene presupuestada para cada representante 200 USD para todos los días que se encontraran en esta ciudad
- **Inscripción a la Feria**
La inscripción a la feria cuesta 5.000 USD
- **Montaje en la Feria**
El montaje de la feria vale \$ 2'000.000
- **Material de Promoción: Broshures, Cd, Portafolio, Muestras**
El material promocional cuesta \$1'000.000
- **Salario Personal**
El salario que recibirá cada una de las representantes por esos 6 días en la ciudad de New York es de 1'500.000

Tabla 37.PRECIOS DE PRESENTACION PARA FERIA EN NEW YORK

	Precio en USD	Precio en Pesos
Viáticos	USD 800,00	\$ 2.400.000
Hospedaje	USD 988,00	\$ 2.964.000
Pasajes u otro Transporte	USD 2.032,00	\$ 6.096.000
Alimentación	USD 400,00	\$ 1.200.000
Inscripción a la Feria	USD 400,00	\$ 1.200.000
Montaje en la Feria	USD 5.000,00	\$ 15.000.000
Material de Promoción	USD 333,33	\$ 1.000.000
Salario Personal	USD 1.000,00	\$ 3.000.000
Total	USD 10.953,33	\$ 32.860.000

Fuente: construida con información de la empres POETY

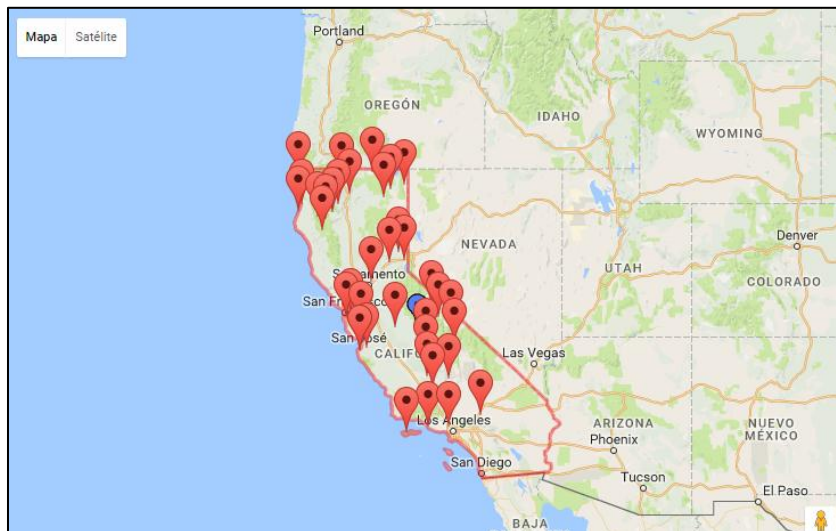
RUTAS DE ACCESO CALIFORNIA

AEROPUERTOS ENTRADA Y SALIDA

- Monterrey peninsula Airport
- Del norte country Airport
- Oxnard Airport
- Aeropuerto internacional de oakland
- San francisco International Airport
- McClellan
- Mountague Aeropueto
- Tulekale Municipal Airport
- Adin aereopuerto
- Dalaneo Municipal Airport
- California pines Airport
- Cedarville Aeropuerto
- Kern Valley Airport
- Blue canyon
- Truckee tahoe Airport
- Santa Rosa Island Air Force Station
- Sierraville Dearwater Aeropuerto
- Hyampom Aeropurto
- Monterrey Aeropuerto Regional

- Dunsmuir Municipal- Mott Airport
- Visalia Municipal Airport
- Salinas Municipal Airport
- Trinity Center Airport
- Aeropuerto Municipal Merced
- Reid Hillview Airport
- Hayfork Airport
- Meadows Field Airport
- Lee Vining Airport
- Weaverville Airport
- Van Nuys Airport
- Mammoth Yosemite Airport
- Eureka Municipal Airport
- Independencia Aeropuerto
- Eastern Sierra Regional Airport

Ilustración 20. AEROPUROS DE CALIFORNIA



Fuente : Google maps ,2016

PUERTOS ENTRADA Y SALIDA

- Puerto de Ensenada: es la puerta de entrada a la Cuenca del Pacífico y tiene un gran potencial para el comercio con la costa oeste de los EU y con los países de Asia, Hong Kong, Japón, Corea del Sur, Singapur
- Puerto de Sauzal: que es una terminal de cabotaje, con dársena, canal de acceso y con posibilidades de desarrollo de la actividad industrial y comercial, mediante el

transporte de productos semi- acabados; dicho puerto tiene un Parque Industrial anexo para la elaboración de productos terminados.

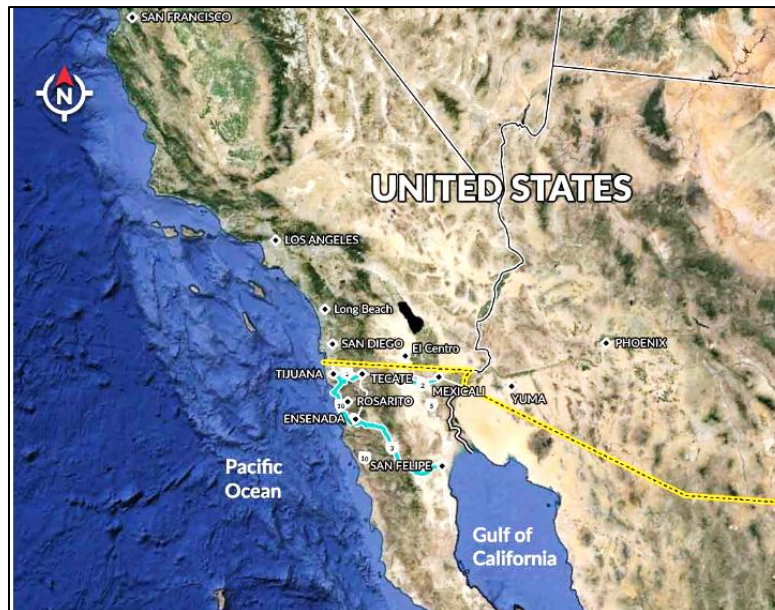
- Puerto de Rosarito: se encuentra sobre la misma costa a 20 km de la frontera con EU y su función es la de servir de terminal de desembarque de productos petrolíferos para el abasto del Estado, los cuales son embarcados en Salinas Cruz, Oaxaca
- Puerto de San Felipe: el cual es utilizado para operaciones pesqueras y turísticas. Dicho puerto completa su infraestructura con un aeropuerto internacional que recibe vuelos privados; su función es completamente turística.

CARRETERAS ENTRADA Y SALIDA

Estas carreteras entroncan en los cruces fronterizos con las principales carreteras norteamericanas (Interestatal 5 y 10) y por los cuales fluye ágilmente el transporte de carga. Conectan además con el puerto marítimo de Ensenada, el principal del estado, mismo que abre la entrada a la Cuenca del Pacífico.

Las empresas extranjeras en operación tienen derecho a contar con su equipo propio para el transporte de sus componentes y productos elaborados que provienen o son enviados a los Estados Unidos de América.

ILUSTRACIÓN 21. CARRETERAS DE CALIFORNIA



Fuente : Google maps ,2016

Tijuana tiene la conexión por carretera más cercana al Puerto de Ensenada y a los puertos de Long Beach y San Diego en California, en los Estados Unidos de América.

CONEXIONES EN CARRETERAS (BAJA CALIFORNIA)

Las ciudades de Tijuana y Mexicali ofrecen excelentes conexiones entre carreteras hacia los puertos marítimos de Ensenada y Long Beach, CA, así como conexiones hacia EUA y al resto de México.

Mexicali conecta con Caléxico a través de dos de sus tres cruces fronterizos (comercial y turístico). La carretera 97, 111 conecta en 5-10 minutos a la Interestatal 8, que corre a través de EUA de Oeste a Este (conectando a la Interestatal 10). De esta carretera se puede conectar a cualquier otra para dirigirse a cualquier ciudad de Estados Unidos y Canadá.

Tijuana conecta a la Interestatal 8 (hacia el este) y a la Interestatal 5 (hacia el norte), ofreciendo conexiones a cualquier parte de EUA y Canadá. Una conexión a Mexicali en la carretera 2, por carretera libre o de paga, ofrece conexión con el resto de México.

Ilustración 22. CONEXIONES EN CARRETERAS BAJA CALIFORNIA



Fuente : Google maps ,2016

VIAS FÉRREAS

La red ferroviaria en Baja California suma los 218 Km de longitud incluyendo vías principales (144 Km), vía secundaria (45 Km) y vías particulares (29 Km).

Está enlazada con una línea norteamericana en la frontera con ese país (Mexicali - Caléxico, CA) y hace posible la movilización de carga hacia los Estados Unidos de América y viceversa.

Tijuana

Las operaciones ferroviarias están bajo la administración del Gobierno del Estado de Baja California a través de la Administradora de la Vía Corta Tijuana – Tecate. Esta es una vía de 71.42 Km. que va de la ciudad fronteriza de Tijuana y hasta Tecate. El servicio público ferroviario de carga realiza transporte de carga en general (incluyendo materiales peligrosos), con capacidad de doble estiba. Anualmente transporta más de 4,000 carros cargados para un total de 37 usuarios industriales.

Ilustración 23. VIAS FERREAS CALIFORNIA



Fuente : Google maps ,2016

Mexicali

La línea Ferromex es una de las compañías de ferrocarriles que ofrece los servicios en Mexicali y prácticamente en toda la República Mexicana. Ferromex tiene una asociación con la empresa estadounidense Unión Pacifico, ofreciendo servicio de cargo internacional para ambos lados de la frontera. En los Estados Unidos, la empresa Unión Pacifico conecta a las ciudades más importantes, siendo California el estado que ofrece un eslabón al resto del país.

RUTAS DE ACCESO NEW YORK

AEROPUERTOS

- **AEROPUERTO JOHN F. KENNEDY (JFK)**

El Aeropuerto Internacional John F. Kennedy es el principal aeropuerto de Estados Unidos. Se encuentra ubicado en el distrito de Queens, en Jamaica Bay, a 24 kilómetros de Manhattan, tiene 8 terminales y en él operan más de 80 compañías aéreas. Dispone de líneas de autobuses gratuitos que conectan las distintas terminales, así como un tren, el AirTrain JFK, que une el aeropuerto con las estaciones de tren de Jamaica y las de metro de Sutphin Boulevard y Howard Beach.

- **AEROPUERTO LA GUARDIA (LGA)**

El Aeropuerto de La Guardia es el principal aeropuerto de vuelos nacionales de Nueva York. Se encuentra ubicado frente a la Bahía de Flushing, en Queens, a 13 km de Manhattan, tiene 4 terminales. Existen servicios de autobuses que conectan el aeropuerto con las estaciones de metro que le llevarán a Manhattan.

- **AEROPUERTO INTERNACIONAL LIBERTAD DE NEWARK (EWR)**

El aeropuerto Internacional Libertad de Newark es uno de los más modernos de Estados Unidos y con más tráfico. Está ubicado entre las ciudades de Newark y Elizabeth, en el Estado de Nueva Jersey, a 26 kilómetros de Manhattan, tiene tres grandes terminales donde llegan y salen una media de 35.000.000 de pasajeros al año. El tren AirTrain Newark conecta las terminales con los trenes de Amtrak y NJ Transit y sus servicios a Nueva York, Filadelfia, y otros puntos de Nueva Jersey.

Ilustración 24 . AEROPUERTOS DE NEW YORK



Fuente : Google maps ,2016

PUERTOS

Puerto de nueva York: en términos geográficos, se refiere a los ríos, bahías, estuarios y zona de marea localizados cerca de la desembocadura del río Hudson en las proximidades de la ciudad de Nueva York. Esto a veces es mencionado como el «puerto de Nueva York y Nueva Jersey». Más estrictamente, a veces el término se refiere solamente a la bahía Upper New York.

Ilustración 25. AEROPUERTOS DE NEW YORK



Fuente : Google maps ,2016


Inicialmente por volumen y cantidad a exportar el modo de transporte seleccionado es aereo.

LIQUIDACIÓN DE COSTOS DE EXPORTACIÓN.

A continuación se adjutan cotización de la empresa Acex Gestión , quien nos acompañará en el proceso de exportación, se iniciará la operación con termino de negociación CPT

ILUSTRACIÓN 26. COTIZACIÓN

COTIZACIÓN PARA EXPORTACIÓN - POE130			
Cliente:		POETY	
Contacto:	DANNY LUZ MORALES GUTIERREZ		
E-mail:	damari.28@hotmail.com		
Teléfono:	320 687 60 97		
Oferta válida desde:	18-oct.-16		
Oferta válida hasta:	18-nov.-16		



Acex **Gestión**
Asesoría personalizada en procesos de comercio exterior

DATOS DEL EMBARQUE			
PRODUCTO	BLUSAS DE DAMA	TRANSPORTE	AEREO
TERMINO INCOTERM	CPT	ORIGEN	MEDELLÍN
VALOR DE LA MERCANCIA	USD -	DESTINO	Rionegro / Jhon F Kennedy
PESO BRUTO	83.6 Kg	DIMENSIONES	30*45*18 cm = 24.3 cm ³
FCL - LCL	LCL- 2 cajas	TIEMPO DE TRANSITO INT	2 días aprox.
Partida Arancelaria	61.06.10.00.10		

1. TRANSPORTE TERRESTRE, GASTOS EN ORIGEN Y SERVICIO ADUANA DE EXPORTACIÓN			
ADUANA EXPORTACIÓN	COP \$		250.000
INSPECCIÓN ANTINARCOTICOS	COP \$		100.000
SUBTOTAL	\$	350.000	

2. FLETE Y GASTOS INTERNACIONALES			
FLETE	USD		192.28
DUE AGENT	USD		60
DUE CARRIER	USD		35
INSP. AEROLINEA	USD		20
MANEJO AEROLINEA	USD		150
SEGURO	USD		75
SUBTOTAL FLETE USD	USD	340,00	

3. GASTOS EN DESTINO FINAL			
	USD		
SUBTOTAL FLETE	USD	-	

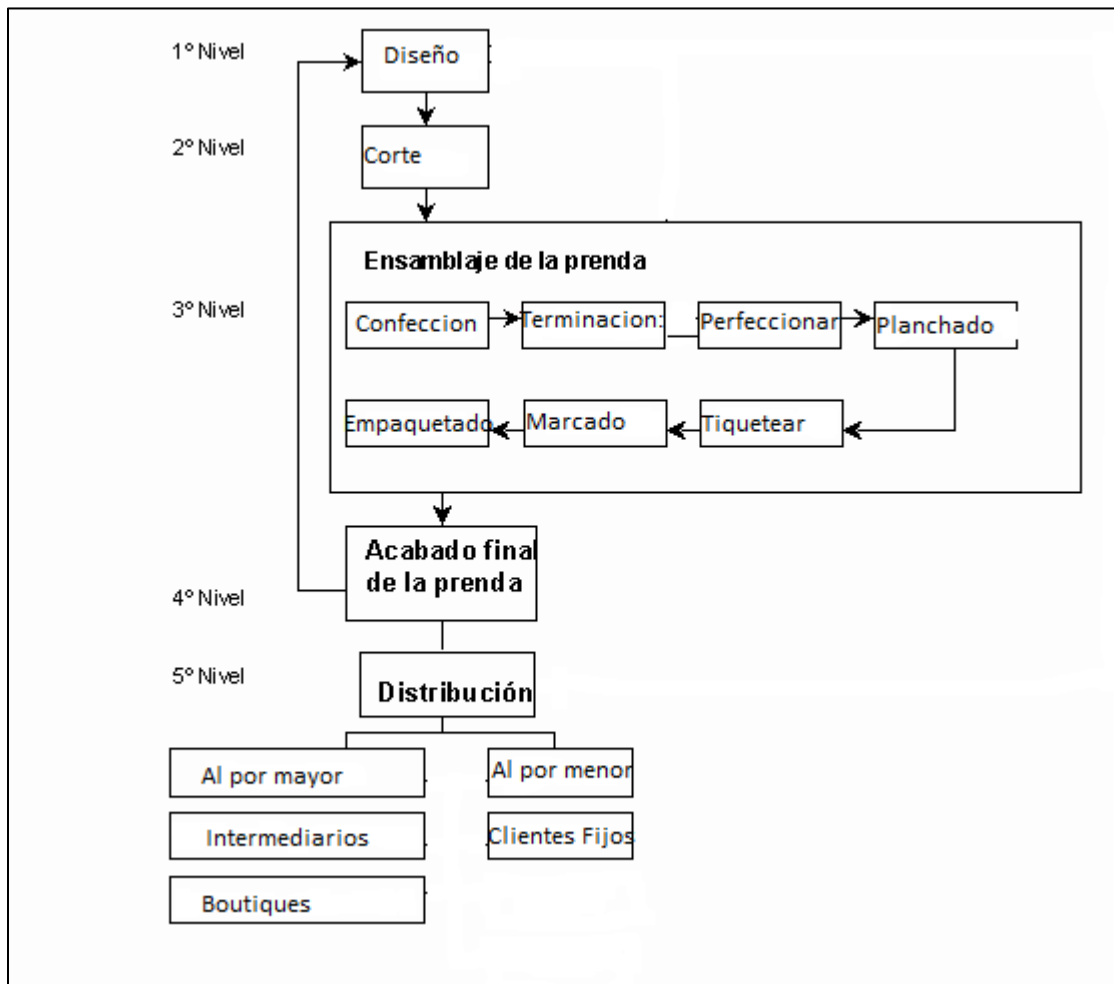
RESUMEN FLETE Y GASTOS ESTIMADOS			
1. TRANSPORTE TERRESTRE, GASTOS EN ORIGEN Y SERVICIO ADUANA DE EXPORTACIÓN	\$		350.000
2. FLETE Y GASTOS INTERNACIONALES	USD		340,00
3. GASTOS EN DESTINO FINAL POR PARTE DE IMPORTADOR	USD		-

TOTAL COTIZACIÓN	\$	350.000,00	
		340,00 USD	

Fuente: Cotización suministrada por la empresa ACEX GESTIÓN S.A.S

CAPITULO V
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

Ilustración 27. FLUJOGRAMA DE PROCESOS



Fuente: construida con información suministrada por la empresa.

Tabla 38. DESCRIPCION DE PROCESOS

Proceso de producción	
Diseño	El diseño de la prenda se tarda entre uno y dos días que la diseñadora interna realice el boceto, luego se realiza la molderia, después se confecciona la muestra física; seguido a esto el jefe inmediato la aprueba o no el diseño. En este proceso los recursos materiales son un cuaderno de diseño, cartulina para el molde, tijeras, tela, lo insumos necesarios para la muestra y por ultimo las maquinarias para realizar la muestra física.
Corte	El corte del lote se tarda un día aproximadamente; los recursos materiales utilizados en este proceso son la mesa de corte, máquina de cortar, tela, etiquetadora de tallas y papel bond.
Confección	Este proceso es el más demorado de todos; tarda de 10 a 15 días por fuera de la empresa ya que lo manejan por medio de intermediarios (Confeccionistas, talleres de confección). Los recursos materiales utilizados son el lote cortado y la maquinaria para la producción.
Terminación	Esta etapa de la terminación incluye: Perfeccionamiento de la prenda donde se pule cualquier hilo suelto con el que haya quedado la blusa, planchado, tiqueteado donde se le pone la etiqueta de la marca, marcado es donde se le pone la referencia y la talla a cada blusa, empacado es cuando la blusa está completamente lista para ser empacada en la bolsa plástica. Todo este proceso en conjunto se denomina acabado final de la prenda; se tarda dos días como máximo 3. Los materiales utilizados en este proceso son: pulidor, etiqueta, sello de referencia, bolsas plásticas, flechadora, plancha y cinta transparente.
Distribución	En la distribución se encargan de despachar los pedidos para cada cliente; este proceso en la empresa tarda un tiempo aproximado de 30m

	según sea la cantidad del pedido; el tiempo de llegada de la mercancía es algo exógeno a la empresa ya que utilizan intermediarios como envía, deprisa, etc para hacer llegar su producto final a sus clientes en este proceso los recursos materiales utilizados son tiras para amarrar cada referencia, factura, bolsa y papel chicle para sellar el paquete.
--	---

Fuente: construida con información suministrada por la empresa.

CAPACIDAD Y PLAN DE PRODUCCIÓN

La capacidad de producción de la empresa mensual es de 3.500 prendas. Para llegar a esta conclusión se tuvo en cuenta las decisiones de la empresa a nivel estratégico y operativo ya que la mayoría de los procesos para la producción de una prenda son por medio de terceros (confeccionistas, ojal y botón, estampado, tintorería; estas últimas tres etapas mencionadas son dependiendo del diseño de la blusas) esto hace que su tiempo para la capacidad de producción sea exógena a la empresa y requieren de planes estratégicos y operativos para tener solución ante cualquier percance que suceda.

- Mes: 3500 prendas aproximadamente
- Trimestre: 10.500 prendas aproximadamente
- Semestre: 21.000 prendas aproximadamente
- Anual: 42.000 prendas aproximadamente.

RECURSOS HUMANOS

El personal de la empresa para hacer parte de esta pasa primero por un proceso el cual es:

- **Selección de su personal:** Se realiza proceso de selección para identificar perfil que se adapte a las necesidades de la empresa.
- **Contratación del personal:** Una vez encontrado el trabajador ideal, la empresa se encargan de realizar todas las gestiones relativas a la contratación. Se firmará el contrato, se registrará oficialmente y se procederá hacer todos los trámites para el trabajador en la Seguridad Social, régimen que le corresponda, etc.
- **Formación del personal:** La empresa se carga de darle recursos formativos (inducciones) necesarios para que el trabajador desempeñe sus labores de una forma óptima y adecuada.

- **Evaluación continuo del personal:** La empresa controla el desempeño de los trabajadores a través de evaluaciones periódicas para ver si desarrollan su labor adecuadamente; si se encuentran con un mal desempeño podrá dar a terminación su contrato de acuerdo a lo estipulado.

MATERIALES PARA LA PRODUCCIÓN

- Mesa de corte
- Máquina de corte
- Tela
- Maquinaria de punto o plano
- Cartulina
- Papel bond
- Pulidores
- Tiquete adora
- Etiqueta
- Cocotera (instrucciones de lavado y la composición de la tela)
- Cinta

Tabla 39.PROCESO DE PRODUCCION

Proceso de producción	
Confeccionistas	El proceso de producción de la empresa es manejado por talleres de confección en estos espacios manejan alrededor de 20 máquinas; si es un taller informal (En casa de familia) constan de 5 como máximo 8 máquinas para la producción. precio de confección por cada prenda varia su diseño por lo regular cada prenda se paga entre 2000 o 2500

Fuente: construida con información suministrada por la empresa.

REQUERIMIENTOS DE MATERIALES E INSUMOS.

Tabla 40. MATERIALES E INSUMOS

Materiales e insumos	
Insumos	<p>Los insumos utilizados en la empresa para cada prenda varían dependiendo de su estilo; hay prendas que no llevan ningún insumo como hay prendas que llevan hasta 2 o 3.</p> <p>Los proveedores de los insumos son:</p> <p>Insumos Miami ----- 5'000.000</p> <p>Inversiones Aristi ----- 4'000.000</p> <p>Insumos Oro Rosa ----- 4'000.000</p> <p>Insumos Santa Clara ----- 4'000.000</p> <p>Sus precios varían dependiendo de la cantidad, tamaño, colección.</p>

Fuente: construida con información suministrada por la empresa.

Tabla 41 .REQUERIMIENTOS DE SERVICIOS

GASTOS	DESCRIPCION	PRECIOS
Arriendo y Administración	Esta empresa está constituida en el centro comercial MIAMI en el centro de la ciudad en una bodega en el 5to piso de este mismo, este precio incluye el valor de la administración y el servicio de acueducto	\$ 1.200.000
Servicios públicos (Energía)	Este gasto incluye el servicio de la luz.	\$ 300.000
Internet - Telefonía	la empresa que presta el servicio es UNE telecomunicaciones	\$ 100.000
Pago empleados	La empresa cuenta con 2 empeladas.	\$ 1.600.000

Fuente: construida con información suministrada por la empresa.

REQUERIMIENTOS DE PERSONAL

Tabla 42. REQUERIMIENTO DE PRODUCCIÓN

Requerimiento de producción	
Diseño	<p>Cargo: En este cargo es necesaria la contratación de una diseñadora la cual es la encargada de diseñar la prenda y hacer la muestra física.</p> <p>Perfil: Una diseñadora de modas debe ser muy consciente de las tendencias actuales del mundo de la moda para sacar diseños que atraigan consumidores</p> <p>Salario: 800.000 Incluidas las prestaciones sociales, seguro, etc.</p>
Corte	<p>Cargo: Cortador el cual se encarga de hacer los trazos y el corte de los lotes y dejarlos listos para la confección de la prenda.</p> <p>Perfil: Saber los parámetros adecuados de un corte para no cometer errores, conocimiento en el etiquetado de las prendas para no marcarlas con la talla errónea.</p> <p>Salario: Su salario se define por la cantidad cortada de cada lote ya que cada unidad se les paga a 300 pesos y trabajan por prestación de servicios.</p>
Confección	<p>Cargo: Confeccionista; la cual se encarga de armar cada prenda de un lote</p> <p>Perfil: Experiencia mínima de 4 años, que tenga recomendaciones de otras empresas, conocimiento de todo el proceso para la confección de la prenda.</p> <p>Salario: Este depende de la cantidad de prendas confeccionadas pues trabajan por prestación de servicios y cada prenda se paga a 2000</p>
Terminación	<p>Cargo: Control y seguimiento interno en esta etapa de la producción es importante una persona capacitada en la terminación de la prenda para que al cliente no le llegue con ningún imperfecto</p> <p>Perfil: Persona capacitada y con experiencia en control interno y calidad de las prendas</p> <p>Salario: Consta con un salario de 8000 con todas</p>

sus prestaciones.

Fuente: construida con información suministrada por la empresa.

CAPITULO VI.

ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

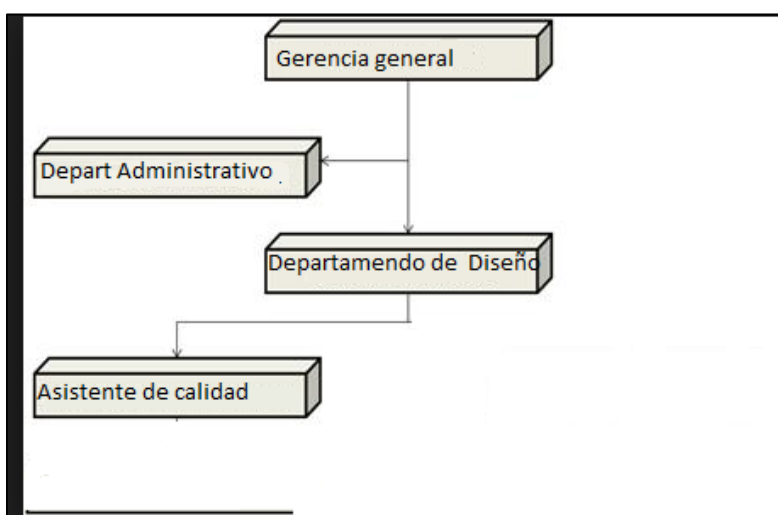
La empresa está organizada de la siguiente manera:

Tabla 43. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE POETY

DEPARTAMENTO	FUNCIONES
Gerencia general	Planera, verificar, hacer, actuar para que la empresa tenga unos lineamientos los cuales le proporcionen una estabilidad a la empresa; hacer que se cumplan los objetivos por cada area dando apoyo continuo con adversidades presentadas.
DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO	Debe tener contacto con el area de gerencia general para estar al tanto de los planes generales de la empresa siendo eficaz y eficiente, administrando de manera adecuada los recursos financieros y fisicos de la empresa siendo coordinado con la gerencia.
DEPARTAMENTO DE DISEÑO	Este se encarga de diseñar, renovar, innovar las prendas de la empresa obteniendo procesos y resultados concretos que se ven reflejados en las ventas de la empresa.
ASISTENTE DE CALIDAD	Esta aerea es la encargada de la terminacion de las prendas, para que el cliente se sienta satisfecho con el producto que se le esta entregando.

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

ILUSTRACIÓN 28 .ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE POETY



Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

TABLA 44. ORGANIGRAMA ESTRUCTURA PERSONAL

AREA	FUNCIONES
SECRETARIA	<ul style="list-style-type: none"> * Analizar resultados economicos * Administrar de forma adecuada los recursos financieron. * Verificar que la parte contable esta al dia * Tener ordenados los documetos tanto contables como general * Realizar calculos elemtales * Informar todo lo relativo a los demas departamentos.
DISEÑADORA	<ul style="list-style-type: none"> Diseñar los modelos de acuerdo con las tendencias * Realizar propuestas innovadoras * Hacer llegar las operaciones de la prenda de la forma mas adecuada y optima para armar la prenda * Tener al dia los moldes para las correrias * Hacer las muestras para salir a la venta
PERSONAL DE	<ul style="list-style-type: none"> * Pulir

CONTROL Y CALIDAD	* Aplancar * Doblar * Empacar
-------------------	-------------------------------------

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

TABLA 45. COSTOS PERSONAL Y PROCESOS ADMINISTRATIVOS TERCERIZADOS

SALARIOS MENSUALES				
CARGO	CANTIDAD	VALOR SALARIO		TIPO DE CONTRATO
GERENTE	1	\$	2.000.000	Neto Mensual INDEFINIDO
DISEÑADOR	1	\$	800.000	Neto Mensual INDEFINIDO
SECRETARIA	1	\$	800.000	Neto Mensual INDEFINIDO
TOTAL, MENSUAL	3	\$	3.600.000	
TOTAL, ANUAL	3	\$	43.200.000	

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

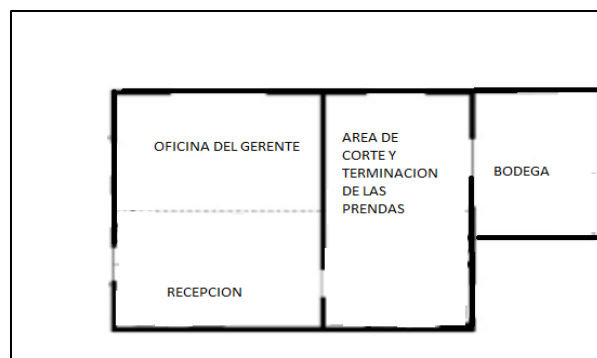
COSTOS ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL NEGOCIO

LOCACIONES DE LA EMPRESA

Para la ejecucion de este proyecto se cuenta con una bodega arrendada por un valor de 1.200.000 mensuales, el area es adecuada para todos los procesos necesarios de la empresa ya que su mayoría de procesos es por medio de terceros, esto hace que no sea necesario un espacio muy grande.

Se encuentra ubicada en el centro de medellin, en el centro comercial miami, Local 510. Cuenta con una area de corte y terminacion final, oficina del gerente general, recepcion y bodega de las prendas.

ILUSTRACIÓN 29.LOCACIONES DE LA EMPRESA



Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIA, EQUIPOS, SOFTWARE MUEBLES Y ENSERES

Tabla 46. MUEBLES Y ENSERES DE POETY

MUEBLES Y ENSERES			
ELEMENTOS	CANTIDAD	VALOR	PROVEEDOR
ESCRITORIOS	2	\$ 300.000	HOME CENTER
SILLAS ERGONOMICAS	2	\$ 200.000	HOME CENTER
SILLAS AUXILIARES	2	\$ 100.000	HOME CENTER
MESA DE CORTE	1	\$ 2.500.000	TEK PRO
COMPUTADOR PORTATIL	1	\$ 1.000.000	TIENDA Q
TELEFONOS	2	\$ 235.000	FALABELLA
IMPRESORA/FAX/FOTOCOPIADORA	1	\$ 470.000	TIENDA Q
MICROONDAS	1	\$ 195.000	ALMACENES ÉXITO
TOTAL, MUEBLES Y ENSERES	11	\$ 5.000.000	

MAQUINARIA				
ELEMENTO	CANTIDAD	VALOR	PROVEEDOR	DESCRIPCION
Máquinas de confección	3	\$ 6.000.000	MAICOSER J.C S.A.S	Estas máquinas se tienen en esta empresa para realizar las muestras de las prendas; después de tener las muestras listas se envían a las confeccionistas para que hagan el lote determinado de las blusas
Total Maquinaria	3	\$ 6.000.000		

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

Tabla 47 .MAQUINARIA POETY

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

REQUERIMIENTOS DE MATERIALES E INSUMOS POR ÁREA

A continuación, se presentan la cantidad de materiales e insumos necesarios para el abastecimiento de la empresa en un año determinado, teniendo en cuenta las fluctuaciones de IPC.

Tabla 48.MATERIALES E INSUMOS ANUALES DEPOETY

SUMINISTROS DE OFICINA			
NOMBRE DEL SUMINISTRO Y ÁREA	CANTIDAD	VALOR C/U	TOTAL
Resmas de papel	24	\$10.000	\$240.000
Factureros	12	\$1500	\$18.000
Cartulina(pliego)	96	\$1000	\$96.000
Artículos de Aseo	N/A	N/a	\$120.000
Papel Craf	20	\$1.300	\$26.000
Tota			\$500.000

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

REQUERIMIENTOS DE SERVICIOS DE LA EMPRESA

En la siguiente tabla se presentan la relación de gastos de la empresa poety en un periodo de tiempo mesual.

TABLA 49. REQUERIMIENTO DE SERVICIOS POETY

OTROS GASTOS		
GASTOS	VALOR MENSUAL	DESCRIPCIÓN
ARRIENDO	\$ 1.200.000	El costo del arriendo Incluye el valor de la Administración del Centro comercial e incluye el servicio de Agua
LUZ	\$ 300.000	El Servicio de energía eléctrica lo presta la empresa EPM
INTERNET Y TELEFONIA	\$ 100.000	El servicio de Internet y Telefonía lo presta la empresa UNE Telecomunicaciones
PUBLICIDAD	\$ 500.000	Mensualmente se invierte en publicidad este valor, para las etiquetas, marquillas y gastos de publicidad que solicite la empresa

PAPELERIA	\$ 500.000	Estos gastos se incluyen cartulinas para realizar las morderías de las nuevas colecciones y otro tipo de material que se solicite para la empresa
TOTAL	\$ 2.600.000	

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

CAPITULO VII. ANÁLISIS LEGAL

TIPO DE ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

Poety está constituida como persona natural a nombre de **MARIN GALLEGO EDWIN** con Nit 98565532-8 las exportaciones se realizarán inicialmente como persona natural, de igual forma se requiere una actualización del RUT este trámite no tiene ningún costo.

Tabla 50. CASILLAS A ACTUALIZAR EN EL RUT

CASILLA	CODIGO	DESCRIPCIÓN
53	42	En esta casilla estan contempladas todas las obligaciones que la persona natural o jurica tiene ante la DIAN. Ejemplo Codigo 42 .Lo deben registrar todas las personas naturales y juridicas . Codigo 11: ventas régimen común Codigo 35 : Impuesto sobre la renta para la equidad.
54	22	Esta casilla se establece que tipo de usuario aduanero es por ejemplo : Còdigo 22 (exportador), còdigo 23(importador)
55	3	Bienes y servicios
56	1	Directo

Fuente: Construida con información de la DIAN,2016

TABLA 51. CERTIFICACIONES Y GESTIONES ANTE ENTIDADES PÚBLICAS.

TRAMITE	DESCRIPCIÓN	VALOR	TIEMPO
Expedir Cámara comercio	Se requiere renovar cada año, pero requiere actualización cuando hay algún cambio en el RUT.	\$5.000	Anual o cuando este documento se requiera con fecha de expedición para alguna creación del cliente ante alguna entidad

Fuente: Construida con información de la DIAN,2016

CAPITULO VIII. ANÁLISIS FINANCIERO

TASAS INTERÉS, IMPUESTOS, TASAS DE RENTABILIDAD

Consulte y relacione la siguiente información pertinente para el análisis financiero.

- Tasa de Rentabilidad de su Industria: 6.5%
- Tasas de Rentabilidad Esperada como Inversionista, teniendo en cuenta las tasas anteriores: De acuerdo a la tasa de rentabilidad mencionada anteriormente la tasa de rentabilidad esperada es del 5%
- Impuesto sobre la Renta y el CREE 34%
- % de Margen de Contribución sobre costo unitario del Producto para definir los Precios de ventas

TABLA 52. MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

	Precio de venta	Costo Unitario	Margen de Contribución por producto
Nacional	COP \$22.000	COP \$13.000	COP \$11.000

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

CRÉDITOS Y PRÉSTAMOS BANCARIOS

Relacione la siguiente información:

- Nombre de la entidad financiera: Colpatria
- Monto total del prestamo necesario para el proyecto: 25'000.000
- Tasa de Interes, Plazo del prestamo, 0,98% mensual a un plazo de 2 años
- Resumen de Tabla Amortización: Capital Pagado, Intereses y Saldo Capital cada año.

Tabla 53. CREDITOS Y PRESTAMOS BANCARIOS

Concepto	Año 0	Año 1	Año2
Crédito COLPATRIA	25.000.000		
Amortización K, Abono a Préstamo		12.500.000	12.500.000
Saldo del Crédito	25.000.000	12.500.000	0
Gasto Financiero Antes de Impto.		2.940.000	1.470.000

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

PRECIOS DE LOS PRODUCTOS

Los precios de los productos tienen un costo diferente tanto nacional como internacional; las blusas a nivel nacional tienen un precio en promedio de \$22.000 pesos y a nivel internacional tienen un costo de \$13USD con una tasa de cambio de \$3100 en pesos colombianos equivalentes a \$40.300 pesos.

FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS

Los factores que influyeron en la determinación de los precios de los productos que maneja en esta empresa son:

- La competencia a nivel nacional y regional en cuanto a precios y calidad
- Tratado de libre comercio vigente con EE. UU
- El valor agregado del producto
- El costo de los insumos.
- El costo de la confección.
- El costo de los acabados
- Terminación
- El costo de la distribución de los productos.

INGRESOS

INGRESOS PROPIOS DEL NEGOCIO

Los ingresos de POETY por la venta de blusas de dama hasta el 31 de octubre del presente año han sido aproximadamente de \$150'000.000 millones de pesos colombianos.

Tabla 54. INGRESOS POETY ENERO A OCTUBRE 2016

Ingresos	
Enero	\$ 7.000.000
Febrero	\$ 8.000.000
Marzo	\$ 9.000.000
Abril	\$ 13.000.000
Mayo	\$ 14.000.000
Junio	\$ 15.000.000
Julio	\$ 15.000.000
Agosto	\$ 10.000.000
Septiembre	\$ 24.000.000
Octubre	\$ 35.000.000
Total	\$ 150.000.000

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

EGRESOS

INVERSIONES

La empresa POETY actualmente cuenta con las siguientes inversiones:

TABLA 55 . INVERSIONES POETY 2016

INVERSIONES	VALOR
Capital de trabajo	COP \$ 5.600.000
Gastos pre-operativos	COP \$ 16.800.000
Activos fijos	COP \$ 12.000.000

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

En la siguiente tabla se detallan costos fijo y variables de Poety en periodos de tiempo mensual y anual.

Tabla 56 . COSTOS FIJOS Y VARIABLES AÑO 2016

COSTOS FIJOS Y VARIABLES	
DISEÑADOR	\$800.000
CONFECCIONISTA	\$4.500.000
INSUMOS	\$5.000.000
ESTAMPACION	\$7.000.000
TERMINACION	\$800.000
TINTORERIA	\$8.750.000
TOTAL, MENSUAL	\$26.850.000
TOTAL, ANUAL	\$322.200.000

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

ESTADOS FINANCIEROS

A continuación se evidencian los estados financieros de POETY proyectados a un periodo de tiempo de cinco (5) años, teniendo en cuenta las operaciones de comercio exterior.

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		\$339.810.000	\$457.780.000	\$466.940.000	\$476.100.000	\$485.260.000
Total Ingresos		\$339.810.000	\$457.780.000	\$466.940.000	\$476.100.000	\$485.260.000
Egresos						
<i>Costos</i>						
Diseñadora		\$9.600.000	\$10.080.000	\$10.584.000	\$11.113.200	\$11.668.860
Confeccionistas		\$54.000.000	\$56.700.000	\$59.535.000	\$62.511.750	\$65.637.338
Insumos		\$60.000.000	\$63.000.000	\$66.150.000	\$69.457.500	\$72.930.375
Estampación		\$84.000.000	\$88.200.000	\$92.610.000	\$97.240.500	\$102.102.525
Terminacion		\$9.600.000	\$10.080.000	\$10.584.000	\$11.113.200	\$11.668.860
Tintoreria		\$105.000.000	\$110.250.000	\$115.762.500	\$121.550.625	\$127.628.156
Total Costos		\$322.200.000	\$338.310.000	\$355.225.500	\$372.986.775	\$391.636.114
<i>Gastos</i>						
Arriendo		\$14.400.000	\$15.120.000	\$15.876.000	\$16.669.800	\$17.503.290
Luz		\$3.600.000	\$3.780.000	\$3.969.000	\$4.167.450	\$4.375.823
Internet		\$1.200.000	\$1.260.000	\$1.323.000	\$1.389.150	\$1.458.608

Publicidad		\$6.000.000	\$6.300.000	\$6.615.000	\$6.945.750	\$7.293.038
Papeleria		\$500.000	\$525.000	\$551.250	\$578.813	\$607.753
Secretaria		\$9.600.000	\$10.080.000	\$10.584.000	\$11.113.200	\$11.668.860
Gerente		\$24.000.000	\$25.200.000	\$26.460.000	\$27.783.000	\$29.172.150
Total Gastos		\$59.300.000	\$62.265.000	\$65.378.250	\$68.647.163	\$72.079.521
Total Egresos		\$381.500.000	\$400.575.000	\$420.603.750	\$441.633.938	\$463.715.634
FCI	-\$34.400.000	-\$41.690.000	\$57.205.000	\$46.336.250	\$34.466.063	\$21.544.366

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

FLUJO DE CAJA

A continuacion se muestra el flujo de caja proyectado a 5 años y las fluctuaciones de precios que este tiene.

Concepto	Año 0	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		339.810.000	457.780.000	466.940.000	476.100.000	485.260.000
Egresos		381.500.000	400.575.000	420.603.750	441.633.938	463.715.634
(=) FCI	-34.400.000	-41.690.000	57.205.000	46.336.250	34.466.063	21.544.366

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

VPN

Se muestra el VPN proyectado a 5 años, este mostrando las ganancias que se estimarian en el año presente

Concepto	Año 0	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
(=) FCI	-34.400.000	-41.690.000	57.205.000	46.336.250	34.466.063	21.544.366
TIO	18%					
VPN	\$ 26.749.356,48					

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

El VPN muestra que este proyecto tendria ganancias de \$26'749.356,48, asi demostrando que es viable la elaboracion de este proyecto ya que esta dentro del rango del capital inicial.

TIR

Se mostrara la tasa interna de retorno, esta indicando el porcentaje de ganancia que este mayor o igual que el indice TIO, esta al estar mayor que este muestra que la ganancia del 35%

Concepto	Año 0	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
(=)FCI	-34.400.000	-41.690.000	57.205.000	46.336.250	34.466.063	21.544.366
TIR	35%					

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS Y ANALISIS DE SENSIBILIDAD

AUMENTA EL 20% EN LOS INGRESOS

ESTADO DE RESULTADOS

A continuación se evidencian los estados financieros de POETY proyectados a un periodo de tiempo de cinco (5) años aumentandco el 20% en los ingresos, teniendo en cuenta las operaciones de comercio exterior.

Concepto	Año 0	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		\$407.772.000	\$549.336.000	\$560.328.000	\$571.320.000	\$582.312.000
Total, Ingresos		\$407.772.000	\$549.336.000	\$560.328.000	\$571.320.000	\$582.312.000
Egresos						
<i>Costos</i>						
Diseñadora		\$9.600.000	\$10.080.000	\$10.584.000	\$11.113.200	\$11.668.860
Confeccionistas		\$54.000.000	\$56.700.000	\$59.535.000	\$62.511.750	\$65.637.338
Insumos		\$60.000.000	\$63.000.000	\$66.150.000	\$69.457.500	\$72.930.375
Estampación		\$84.000.000	\$88.200.000	\$92.610.000	\$97.240.500	\$102.102.525
Terminación		\$9.600.000	\$10.080.000	\$10.584.000	\$11.113.200	\$11.668.860
Tintorería		\$105.000.00	\$110.250.000	\$115.762.500	\$121.550.625	\$127.628.156
Total, Costos		\$322.200.00	\$338.310.00	\$355.225.50	\$372.986.77	\$391.636.11
		0	0	0	5	4
<i>Gastos</i>						
Arriendo		\$14.400.000	\$15.120.000	\$15.876.000	\$16.669.800	\$17.503.290
Energía		\$3.600.000	\$3.780.000	\$3.969.000	\$4.167.450	\$4.375.823
Internet		\$1.200.000	\$1.260.000	\$1.323.000	\$1.389.150	\$1.458.608
Publicidad		\$6.000.000	\$6.300.000	\$6.615.000	\$6.945.750	\$7.293.038
Papelería y elementos de aseo		\$500.000	\$525.000	\$551.250	\$578.813	\$607.753
Secretaria		\$9.600.000	\$10.080.000	\$10.584.000	\$11.113.200	\$11.668.860
Gerente		\$24.000.000	\$25.200.000	\$26.460.000	\$27.783.000	\$29.172.150
Total, Gastos		\$59.300.000	\$62.265.000	\$65.378.250	\$68.647.163	\$72.079.521
Total, Egresos		\$381.500.000	\$400.575.000	\$420.603.750	\$441.633.938	\$463.715.634
FCI	\$34.400.000	\$26.272.000	\$148.761.000	\$139.724.250	\$129.686.063	\$118.596.366

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

FLUJO DE CAJA

A continuacion se muestra el flujo de caja proyectado a 5 años aumentando un 20% en los costos y mostrando las fluctuaciones de precios que este presenta.

Concepto	Año 0	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		407.772.000	549.336.000	560.328.000	571.320.000	582.312.000
Egresos		381.500.000	400.575.000	420.603.750	441.633.938	463.715.634
(=) FCI	-34.400.000	26.272.000	148.761.000	139.724.250	129.686.063	118.596.366

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

VPN

Se dara a conocerel VPN proyectado a 5 años aumentando el 20% en los ingresos, este mostrara las ganancias que se estimara en el año presente

El VPN muestra que este proyecto tendria ganancias de \$ 298.472.925,67, asi demostrando que las ganancias estan por encima del capital inicial invertido a una tasa de interes de oportunidad del 18%, este escenario no es viable para la elaboracion del proyecto debido a que sobrepasa los valores presentes y puede ser muy riesgoso para la empresa.

Concepto	Año 0	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
(=) FCI	-34.400.000	26.272.000	148.761.000	139.724.250	129.686.063	118.596.366
TIO	18%					
VPN	\$ 298.472.925,67					

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

TIR

Se mostrara la tasa interna de retorno, esta indica el porcentaje de ganancia que este mayor o igual que el indice TIO, esta al estar mayor que este muestra que la ganancia del 53%, esta tasa de rentabilidad es beneficiosa para la empresa debido a que se tendran ganancias a un 53% del capital invertido.

Concepto	Año 0	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
(=) FCI	-34.400.000	-43.668.000	75.324.000	62.615.400	48.721.770	33.583.859
TIR	53%					

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

DISMINUYE EL 20% EN LOS INGRESOS

ESTADO DE RESULTADOS

A continuación se evidencian los estados financieros de POETY proyectados a un periodo de tiempo de cinco (5) años disminuyendo el 20% en los ingresos, teniendo en cuenta las operaciones de comercio exterior

Concepto	Año 0	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		\$271.848.000	\$366.224.000	\$373.552.000	\$380.880.000	\$388.208.000
Total, Ingresos		\$271.848.000	\$366.224.000	\$373.552.000	\$380.880.000	\$388.208.000
Egresos						
<i>Costos</i>						
Diseñadora		\$9.600.000	\$10.080.000	\$10.584.000	\$11.113.200	\$11.668.860
Confeccionistas		\$54.000.000	\$56.700.000	\$59.535.000	\$62.511.750	\$65.637.338
Insumos		\$60.000.000	\$63.000.000	\$66.150.000	\$69.457.500	\$72.930.375
Estampación		\$84.000.000	\$88.200.000	\$92.610.000	\$97.240.500	\$102.102.525
Terminación		\$9.600.000	\$10.080.000	\$10.584.000	\$11.113.200	\$11.668.860
Tintorería		\$105.000.000	\$110.250.000	\$115.762.500	\$121.550.625	\$127.628.156
Total, Costos		\$322.200.000	\$338.310.000	\$355.225.500	\$372.986.775	\$391.636.114
<i>Gastos</i>						
Arriendo		\$14.400.000	\$15.120.000	\$15.876.000	\$16.669.800	\$17.503.290
Luz		\$3.600.000	\$3.780.000	\$3.969.000	\$4.167.450	\$4.375.823
Internet		\$1.200.000	\$1.260.000	\$1.323.000	\$1.389.150	\$1.458.608
Publicidad		\$6.000.000	\$6.300.000	\$6.615.000	\$6.945.750	\$7.293.038
Papelería y elementos de aseo		\$500.000	\$525.000	\$551.250	\$578.813	\$607.753
Secretaria		\$9.600.000	\$10.080.000	\$10.584.000	\$11.113.200	\$11.668.860
Gerente		\$24.000.000	\$25.200.000	\$26.460.000	\$27.783.000	\$29.172.150
Total, Gastos		\$59.300.000	\$62.265.000	\$65.378.250	\$68.647.163	\$72.079.521
Total, Egresos		\$381.500.000	\$400.575.000	\$420.603.750	\$441.633.938	\$463.715.634
FCL	-\$34.400.000	\$109.652.000	-\$34.351.000	-\$47.051.750	-\$60.753.938	-\$75.507.634

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

FLUJO DE CAJA

A continuación se muestra el flujo de caja proyectado a 5 años disminuyendo un 20% en los ingresos y mostrando las fluctuaciones de precios que este presenta.

Concepto	Año 0	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		271.848.000	366.224.000	373.552.000	380.880.000	388.208.000

Egresos		381.500.000	400.575.000	420.603.750	441.633.938	463.715.634
(=)FCI	-34.400.000	-109.652.000	-34.351.000	-47.051.750	-60.753.938	-75.507.634

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

VPN

Se dara a conocer el VPN proyectado a 5 años aumentando el 20% en los ingresos, este mostrara el valor presente proyectado,

El VPN muestra que este proyecto tendria perdidas de \$ 244.974.212,70, asi demostrando que las perdidas son muy significativas y que no es viable disminuir un 20% en los ingresos.

Concepto	Año 0	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
(=) FCI	-34.400.000	-109.652.000	-34.351.000	-47.051.750	-60.753.938	-75.507.634
TIO	18%					
VPN	(\$ 244.974.212,70)					

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

TIR

Se mostrara la tasa interna de retorno, esta indica el porcentaje de ganancia que este mayor o igual que el indice TIO, esta no nos da una TIR debido a que todos los periodos a analizar dan con perdidas.

Concepto	Año 0	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
(=) FCI	-34.400.000	-109.652.000	-34.351.000	-47.051.750	-60.753.938	-75.507.634
TIR	#¡NUM!					

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

AUMENTA EL 20% EN COSTOS

ESTADO DE RESULTADOS

A continuación se evidencian los estados financieros de POETY proyectados a un periodo de tiempo de cinco (5) años aumentando el 20% en los costos, teniendo en cuenta las operaciones de comercio exterior

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		\$339.810.000	\$457.780.000	\$466.940.000	\$476.100.000	\$485.260.000
Total, Ingresos		\$339.810.000	\$457.780.000	\$466.940.000	\$476.100.000	\$485.260.000
Egresos						
<i>Costos</i>						
Diseñadora		\$9.600.000	\$10.080.000	\$10.584.000	\$11.113.200	\$11.668.860
Confeccionistas		\$54.000.000	\$56.700.000	\$59.535.000	\$62.511.750	\$65.637.338
Insumos		\$60.000.000	\$63.000.000	\$66.150.000	\$69.457.500	\$72.930.375
Estampación		\$84.000.000	\$88.200.000	\$92.610.000	\$97.240.500	\$102.102.525
Terminación		\$9.600.000	\$10.080.000	\$10.584.000	\$11.113.200	\$11.668.860
Tintorería		\$105.000.000	\$110.250.000	\$115.762.500	\$121.550.625	\$127.628.156
Total, Costos		\$386.640.000	\$405.972.000	\$426.270.600	\$447.584.130	\$469.963.337
<i>Gastos</i>						
Arriendo		\$14.400.000	\$15.120.000	\$15.876.000	\$16.669.800	\$17.503.290
Luz		\$3.600.000	\$3.780.000	\$3.969.000	\$4.167.450	\$4.375.823
Internet		\$1.200.000	\$1.260.000	\$1.323.000	\$1.389.150	\$1.458.608
Publicidad		\$6.000.000	\$6.300.000	\$6.615.000	\$6.945.750	\$7.293.038
Papelería y elementos de aseo		\$500.000	\$525.000	\$551.250	\$578.813	\$607.753
Secretaria		\$9.600.000	\$10.080.000	\$10.584.000	\$11.113.200	\$11.668.860
Gerente		\$24.000.000	\$25.200.000	\$26.460.000	\$27.783.000	\$29.172.150
Total, Gastos		\$59.300.000	\$62.265.000	\$65.378.250	\$68.647.163	\$72.079.521
Total, Egresos		\$445.940.000	\$468.237.000	\$491.648.850	\$516.231.293	\$542.042.857
FCl	-\$34.400.000	-\$106.130.000	-\$10.457.000	-\$24.708.850	-\$40.131.293	-\$56.782.857

Fuente: construida con información suministrada por POETY, 2016

FLUJO DE CAJA

A continuacion se muestra el flujo de caja proyectado a 5 años aumentando un 20% en los costos y mostrando las fluctuaciones de precios que este presenta.

Concepto	Año 0	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		339.810.000	457.780.000	466.940.000	476.100.000	485.260.000
Egresos		445.940.000	468.237.000	491.648.850	516.231.293	542.042.857
(=)FCI	-34.400.000	-106.130.000	-10.457.000	-24.708.850	-40.131.293	-56.782.857

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

VPN

Se dara a conocer el VPN proyectado a 5 años aumentando el 20% en los costos, este mostrara el valor presente proyectado,

El VPN muestra que este proyecto tendria perdidas de \$ 244.974.212,70, asi demostrando que las perdidas son muy significativas y que no es viable disminuir un 20% en los costos

Concepto	Año 0	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
(=) FCI	-34.400.000	-109.652.000	-34.351.000	-47.051.750	-60.753.938	-75.507.634
TIO	18%					
VPN	(\$ 244.974.212,70)					

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

TIR

Se mostrara la tasa interna de retorno, esta indica el porcentaje de ganancia que este mayor o igual que el indice TIO, esta no nos da una TIR exacta debido a que todos los periodos a analizar dan con perdidas.

Concepto	Año 0	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
(=) FCI	-34.400.000	-106.130.000	-10.457.000	-24.708.850	-40.131.293	-56.782.857
TIR	#iNUM!					

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

DISMINUYENDO EL 20% EN COSTOS

ESTADO DE RESULTADOS

A continuación se evidencian los estados financieros de POETY proyectados a un periodo de tiempo de cinco (5) años disminuyendo el 20% en los costos, teniendo en cuenta las operaciones de comercio exterior

Concepto	Año 0	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		\$339.810.000	\$366.224.000	\$373.552.000	\$380.880.000	\$388.208.000
Total, Ingresos		\$339.810.000	\$366.224.000	\$373.552.000	\$380.880.000	\$388.208.000
Egresos						
<i>Costos</i>						
Diseñadora		\$9.600.000	\$10.080.000	\$10.584.000	\$11.113.200	\$11.668.860
Confeccionistas		\$54.000.000	\$56.700.000	\$59.535.000	\$62.511.750	\$65.637.338
Insumos		\$60.000.000	\$63.000.000	\$66.150.000	\$69.457.500	\$72.930.375
Estampación		\$84.000.000	\$88.200.000	\$92.610.000	\$97.240.500	\$102.102.525
Terminación		\$9.600.000	\$10.080.000	\$10.584.000	\$11.113.200	\$11.668.860
Tintorería		\$105.000.000	\$110.250.000	\$115.762.500	\$121.550.625	\$127.628.156
Total Costos		\$257.760.000	\$270.648.000	\$284.180.400	\$298.389.420	\$313.308.891
<i>Gastos</i>						
Arriendo		\$14.400.000	\$15.120.000	\$15.876.000	\$16.669.800	\$17.503.290
Luz		\$3.600.000	\$3.780.000	\$3.969.000	\$4.167.450	\$4.375.823
Internet		\$1.200.000	\$1.260.000	\$1.323.000	\$1.389.150	\$1.458.608
Publicidad		\$6.000.000	\$6.300.000	\$6.615.000	\$6.945.750	\$7.293.038
Papelería y elementos de aseo		\$500.000	\$525.000	\$551.250	\$578.813	\$607.753
Secretaria		\$9.600.000	\$10.080.000	\$10.584.000	\$11.113.200	\$11.668.860
Gerente		\$24.000.000	\$25.200.000	\$26.460.000	\$27.783.000	\$29.172.150
Total Gastos		\$59.300.000	\$62.265.000	\$65.378.250	\$68.647.163	\$72.079.521
Total Egresos		\$317.060.000	\$332.913.000	\$349.558.650	\$367.036.583	\$385.388.412
FCI	-\$34.400.000	\$22.750.000	\$33.311.000	\$23.993.350	\$13.843.418	\$2.819.588

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

FLUJO DE CAJA

A continuación se muestra el flujo de caja proyectado a 5 años disminuyendo un 20% en los costos y mostrando las fluctuaciones de precios que este presenta.

Concepto	Año 0	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		339.810.000	366.224.000	373.552.000	380.880.000	388.208.000
Egresos		317.060.000	332.913.000	349.558.650	367.036.583	385.388.412
(=) FCI	-34.400.000	22.750.000	33.311.000	23.993.350	13.843.418	2.819.588

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

VPN

Se dara a conocer el VPN proyectado a 5 años disminuyendo el 20% en los costos, este mostrara el valor presente proyectado,

El VPN muestra que este proyecto tendria perdidas de \$ 31.778.944,91, asi demostrando que este genera ganancias y que estan dentro del porcentaje TIO para la empresa.

Concepto	Año 0	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
(=) FCI	-34.400.000	22.750.000	33.311.000	23.993.350	13.843.418	2.819.588
TIO	18%					
VPN	\$ 31.778.944,91					

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

TIR

Se mostrara la tasa interna de retorno, esta indica el porcentaje de ganancia que este mayor o igual que el indice TIO, esta al estar mayor que este muestra que la ganancia es del 63%, esta tasa de rentabilidad es beneficosa para la empresa debido a que se tendran ganancias a un 63% del capital invertido.

Concepto	Año 0	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
(=)FCI	-34.400.000	22.750.000	33.311.000	23.993.350	13.843.418	2.819.588
TIR	63%					

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Flujo de caja:

A continuacio se muestra el flujo de caja proyectado a 5 años y las fluctuaciones de precios que este presenta debido a la diferencia entre ingresos y egresos, nos pueden dar una claridad la ganancia que mostrara en un periodo de tiempo determinado.

Concepto	Año 0	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		339.810.000	457.780.000	466.940.000	476.100.000	485.260.000
Egresos		381.500.000	400.575.000	420.603.750	441.633.938	463.715.634
(=) FCI	-34.400.000	-41.690.000	57.205.000	46.336.250	34.466.063	21.544.366

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

EVAUACIÓN FINANCIERA,

VPN

Se muestra el VPN proyectado a 5 años, este mostrando el valor presente en un tiempo proyectado que se estimarian en el año presente

El VPN muestra que este proyecto tendria ganancias de \$26'749.356,48, asi demostrando que es viable la elaboracion de este proyecto ya que esta dentro del rango del capital inicial.

Concepto	Año 0	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
(=) FCI	-34.400.000	-41.690.000	57.205.000	46.336.250	34.466.063	21.544.366
TIO	18%					
VPN	\$ 26.749.356,48					

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

TIR

Se mostrara la tasa interna de retorno, esta indicando el porcentaje de ganancia que este mayor o igual que el indice TIO, esta al estar mayor que este muestra que la ganancia del 35%

Concepto	Año 0	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
(=)FCI	-34.400.000	-41.690.000	57.205.000	46.336.250	34.466.063	21.544.366
TIR	35%					

Fuente: construida con informacion suministrada por POETY,2016

CONCLUSIONES FINALES

En términos generales se presenta a continuación los principales puntos a destacar en cuanto a las conclusiones de esta tesis:

- El comportamiento financiero arrojó valores satisfactorios ya que no encontramos con que el proyecto de estudio presenta una TIR del 35% un TIO del 18%, esto indica que los rendimientos de los recursos sobrepasan las expectativas que había sobre el proyecto.
- Debido a los volúmenes que se exportaran inicialmente se realizaran vía aérea ya que este medio de transporte por cantidad y peso es la más viable para este proyecto; además el tiempo de tránsito es el más corto.
- De acuerdo al estudio de mercados realizado se identificó que el mercado más viable para la exportación de blusas de dama es EE. UU debido a que este cuenta con una estabilidad política, económica y social., adicional e ello cuenta con una concentración significativa de latinos el cual es el mercado objetivo.
- La presente tesis tuvo como objetivo identificar el mercado internacional para la empresa POETY , el cual se definió a EE.UU
- La entrada de los productos de la empresa POETY al territorio estadounidense no presenta inconvenientes debido a los acuerdos preferenciales y la firma del TLC.
- En el plan exportador realizado se desarrolló en 3 etapas: las cuales constan de los siguientes pasos:
 1. Estudio de la empresa y su sector
 2. Se identificaron los mercados objetivos
 3. Estrategias de marketing para la comercialización del producto.Esto permitió la claridad de la situación actual y las acciones a realizar para tener un buen proceso de internacionalización
- La empresa POETY entrará a competir en un mercado internacional muy competitivo y a la vanguardia de la moda esto les permite estar en constante innovación, tener valores agregados, diseños impactantes e implementación de redes sociales.

ANEXOS

		Formulario de Registro Único Tributario Hoja Principal					
2. Censores: 2 Actualización Estado: <input type="checkbox"/> Actualización				4. Número de formulario: 14301762028			
5. Número de identificación Tributaria (NIT): P 8 5 8 5 5 3 2 = 8		8. D.V.: 8		12. Circosón seccional: Provincia de Huila		14. Buzón electrónico	
IDENTIFICACION							
24. Tipo de contribuyente: Persona natural o sucesión líquida		25. Tipo de documento: Cédula de ciudadanía		26. Número de identificación: 9 8 5 6 5 5 3 2 5		27. Fecha expedición: 1 9 9 2 0 6 3 0	
28. País: COLOMBIA		29. Departamento: Antioquia		30. Municipio: EDGARA		31. Corregimiento: 2 6 6	
32. Primer apellido: MARRIN		33. Segundo apellido: GALLEGÓ		34. Primer nombre: EDWIN		35. Otros nombres	
36. Nombre comercial: ROSE SKIN							
UBICACION							
38. País: COLOMBIA		39. Departamento: Antioquia		40. Ciudad/Village: Medellín		41. Dirección postal: CR 53 CL 49 68 N 5	
42. Correo electrónico: roseenskinmoda@hotmail.com		43. Apeado celular		44. Teléfono fijo		45. Teléfono 2	
CLASIFICACION							
Actividad económica principal: 46. Código: 1 3 1 3 47. Fecha más actividad: 2 0 0 7 0 7 1 8		Otras actividades: 48. Código: 1 3 1 3 49. Fecha más actividad: 2 0 0 7 0 7 1 8		Ocupación: 50. Código: 3 4 1 4		52. Número de trabajadores: 1	
Responsabilidades, Calidades y Atributos							
53. Código: 5 1 1							
25. Impido ventas y compr. régimen ordinario 11. Ventas régimen común							
Usuarios suaneros				Exportadores			
Código: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10				55. Forma: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
				56. Tipo: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
				Servicio: 1 2 3 57. Modo: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
				58. CPC: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
Para uso exclusivo de la DIAN							
59. Anular: <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO		60. No. de Folio: 5		61. Fecha: 2 0 1 4 0 7 1 5			
Información contenida en el formulario será responsabilidad de quien lo suscribe y se respaldará con los documentos que acrediten la veracidad de los datos suministrados. Ley 18 Decreto 2460 de noviembre de 2013 del suscrito:				Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma autorizada: 984 Nombre: VALENCIA GUTIERREZ LEYNNY JOHANA 985 Cargo: Afiliada II			

CAMARA DE COMERCIO DE MEDELLÍN PARA ANTIOQUIA

Certificado generado a través de taquillas
Lugar y fecha: Medellín, 2016/08/24
Número de radicado: 0014340028 - ATPMRONI

Hora: 15:06
Página: 1



Código de verificación: kkaillRaiBanpedlb

Copia: 1 de 1

Para verificar el contenido y confiabilidad de este certificado, ingrese a www.certificadoscamara.com y digite el código de verificación. Este certificado, que podrá ser validado por una única vez, corresponde a la imagen y contenido del certificado creado en el momento en que se generó en las taquillas o a través de la plataforma virtual de la Cámara.

CERTIFICADO DE REGISTRO MERCANTIL

El SECRETARIO DE LA CAMARA DE COMERCIO DE MEDELLIN PARA ANTIOQUIA, con fundamento en las matriculas de Registro Mercantil,

CERTIFICA

NOMBRE: MARIN CALLEGO EDWIN
IDENTIFICACION: N 98565532-8
MATRICULA NUMERO: 21-383715-01 de Julio 18 de 2007
ACTIVOS: \$5,890,000

CERTIFICA

Fecha de Renovación: Marzo 04 de 2016

CERTIFICA

DIRECCIÓN DEL DOMICILIO PRINCIPAL: Carrera 53 49 68 INT 510 MEDELLÍN, ANTIOQUIA, COLOMBIA

CERTIFICA

DIRECCIÓN(ES) PARA NOTIFICACION JUDICIAL
Carrera 53 49 68 INTERIOR 510 MEDELLÍN, ANTIOQUIA, COLOMBIA

CERTIFICA

DIRECCIÓN(ES) ELECTRONICA PARA NOTIFICACION JUDICIAL
roseskinmoda@hotmail.com

CERTIFICA

CAMBIO DE DOMICILIO: Que el señor EDWIN MARIN GALLEGO estuvo matriculado en la Cámara de Comercio del Aburrá Sur, según certificación de esa Entidad, desde el 13 de febrero de 2007, y que por comunicación del 20 de junio de 2007, inicialmente inscrita en esa Cámara y posteriormente en la Cámara de Comercio de Medellín para

**** En la Cámara estamos comprometidas con el medio ambiente. Este documento ha sido impreso en papel ecológico ****

CAMARA DE COMERCIO DE MEDELLIN PARA ANTIOQUIA

Certificado generado a través de Taquillas

Lugar y fecha: Medellín, 2016/08/24

Hora: 15:06

Numero de radicado: 0014340028 - ATFMROI

Página: 2



Código de verificación: kka1lRaiBanpedlb

Copia: 1 de 1

Antioquia, informó su cambio de domicilio del municipio de Itagüí al Municipio de Medellín.

CERTIFICA

ESTABLECIMIENTO(S) DE COMERCIO

NOMBRE	POETY
DIRECCION	Establecimiento-Principal
CIUDAD	Carrera 53 49 68 INTERIOR 5
MATRICULA NUMERO	MEDELLIN
RENOVACION MATRICULA	21-447630-02 de Julio 18 de 2007
	Marzo 04 de 2016

ACTIVIDAD ECONOMICA CÓDIGO CIU VERSION 4.0 A.C.

1313: Acabado de productos textiles

CERTIFICA

PROCEDENCIA DE LOS ANTERIORES DATOS: Que la información anterior ha sido tomada directamente del formulario de matrícula, y sus renovaciones posteriores diligenciado por el comerciante.

Los actos de inscripción aquí certificados quedan en firme diez (10) días hábiles después de la fecha de su notificación, siempre que los mismos no hayan sido objeto de los recursos, en los términos y en la oportunidad establecidas en los artículos 74 y 76 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

Este certificado cuenta con plena validez jurídica según lo dispuesto en la ley 527 de 1999. En él se incorporan tanto la firma mecánica que es una representación gráfica de la firma del Secretario de la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, como la firma digital y la respectiva estampa cronológica, las cuales podrá verificar a través de su aplicativo visor de documentos PDF.

Si usted expidió el certificado a través de la plataforma virtual, puede imprimirlo con la certeza de que fue expedido por la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. La persona o entidad a la que usted le va a entregar el certificado puede verificar su contenido, por una sola vez y en un plazo no mayor a 30 días contados desde el momento de su expedición, ingresando a www.certificadoscamara.com y digitando el código de verificación que se encuentra en el encabezado del presente documento. El certificado a validar corresponde a la imagen y contenido del certificado creado en el momento en que se generó en las taquillas a través de la plataforma virtual de la Cámara.

**** En la Cámara estamos comprometidos con el medio ambiente. Este documento ha sido impreso en papel ecológico ****

BIBLIOGRAFIA

- DIAN*. (26 de 09 de 2006). Recuperado el 2016 de 09 de 21, de
<http://www.dian.gov.co/dian/14cifrasgestion.nsf/f3b4ce6f9a41a48c05257030006f50e2/8ab906dc55a53255052571f5006afe89?OpenDocument>
- En Colombia*. (2008). Obtenido de En Colombia: <https://encolombia.com/economia/info-economica/algodon/principalespaisesconsumidores/>
- SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES*. (MAYO de 2010). Obtenido de
<http://www.supersociedades.gov.co/asuntos-economicos-y-contables/estudios-y-supervision-por-riesgos/estudios-economicos-y-financieros/Documents/Sectores%20Econ%3%B3micos/14-%20Desempe%3%B1o%20sector%20textil%20y%20confecciones%202006-2009.pdf>
- COLOMBIA DIGITAL*. (2012).
- COLOMBIA DIGITAL* . (2012).
- Inexmoda*. (2012). Obtenido de
<http://observatorioeconomico.inexmoda.org.co/Portals/0/Presentaci%C3%B3n%20EAFIT%20web.pdf>
- INDUSTRIA*. (07 de 08 de 2013). Recuperado el 06 de 09 de 2016, de
<http://www.industriaalimenticia.com/articulos/86738-las-mujeres-hispanas-una-de-las-principales-influencias-del-consumo-en-estados-unidos>
- SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES*. (AGOSTO de 2013). Obtenido de
<http://www.supersociedades.gov.co/Documents/Informe-Sector-Textil-Oct152013.pdf>
- DANE*. (2015).
- REVISTA DINERO*. (16 de 09 de 2015). Recuperado el 06 de 09 de 2016, de
<http://www.dinero.com/edicion-impresa/caratula/articulo/que-tanto-han-aprovechado-pymes-comercio-exterior-colombia/213538>
- SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES*. (agosto de 2015). Obtenido de
<http://www.supersociedades.gov.co/noticias/Documents/2015/Septiembre/EE1-%20Sector%20Textil-%202015%20VIII%2014.pdf>

BANCO DE LA REPUBLICA. (2016). Recuperado el 10 de 09 de 2016, de http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/sectores_economicos

DIAN. (2016).

NACIONES UNIDAS. (2016). Recuperado el 06 de 09 de 2016, de <http://www.un.org/es/aboutun/booklet/globalization.shtml>

PROCOLOMBIA. (10 de 05 de 2016). Recuperado el 05 de 09 de 2016, de *PROCOLOMBIA*: <http://www.colombiatrader.com.co/herramientas/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-estados-unidos>

PROCOLOMBIA. (2016). Recuperado el 01 de 10 de 2016, de <http://www.procolombia.co/actualidad-internacional/servicios/consejos-para-exportar-hacia-estados-unidos>

PTP. (26 de ENERO de 2016). Obtenido de <https://www.ptp.com.co/contenido/contenido.aspx?catID=1&conID=1373>

PTP. (26 de ENERO de 2016). Obtenido de <https://www.ptp.com.co/contenido/contenido.aspx?catID=1&conID=1373>

REVISTA DINERO. (02 de 04 de 2016). Recuperado el 24 de 09 de 2016, de <http://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/resultados-del-sector-textil-en-el-ano-2016-en-colombia/218787>

2016, S. D. (s.f.).

ANTIOQUIA, C. D. (2013). *Camara de comercio Medellín para Antioquia*. Obtenido de <http://www.camaramedellin.com.co/site/Noticias/Empresarios-buscan-negocios-en-Colombiamoda.aspx>

DINERO, R. (2014).

DINERO, R. (9 de Septiembre de 2014). *DINERO*. Obtenido de <http://www.dinero.com/empresas/articulo/pequenas-medianas-empresas-siguen-creciendo-colombia/200701>

INEXMODA. (2011). *INEXMODA*. Obtenido de *INEXMODA*: http://observatorioeconomico.inexmoda.org.co/Portals/0/Documentos/Biblioteca/Documento_sectorial_OEcco_Inexmoda.pdf

PROCOLOMBIA. (2012). *PROEXPORT COLOMBIA*. Obtenido de *PROEXPORT COLOMBIA*: http://www.procolombia.co/sites/default/files/cartilla_prendas_de_vestir_0.pdf

Procolombia. (2014). *colombiatrade*. Obtenido de <http://www.colombiatrade.com.co/node/27330>

Procolombia. (26 de enero de 2016). *Colombiatrade*. Obtenido de <https://www.ptp.com.co/contenido/contenido.aspx?catID=1&conID=1373>

Procolombia. (20196). *Colombi trade*.

PTP. (26 de ENERO de 2016). Obtenido de <https://www.ptp.com.co/contenido/contenido.aspx?catID=1&conID=1373>