



EXPORTACIONES VRIZNA

CONFECCIONES SANDRA ECHAVARRÍA S.A.S.

EXPORTACIONES

10 DE JUNIO 2015



EXPORTACIONES VRIZNA

Plan de Negocios



Confecciones Sandra Echavarría S.A.S.
Exportaciones
Medellín Junio 2015



Escriba su Copyright

El uso de esta plantilla esta limitada a los estudiantes autorizados que estén realizando Planes de Negocios, ya sea para cursos regulares o a nombre propio con el aval de la Institución. De cualquier forma, al hacer uso de ésta, debe citarse la fuente. No esta permitida la reproducción total o parcial de esta plantilla por cualquier medio, sin el permiso previo y por escrito del titular del Copyright

DERECHOS RESERVADOS © 2007 Carlos Mario Morales C – UEEM -Coordinador de Emprendimiento ESUMER.
carlos.morales@esumer.edu.co. Calle 76 No 80-126 Carretera al Mar Medellín –Colombia Teléfonos 2646011 Extensión 225

Exportaciones Vrizna

Contenido - Plan de Negocio

RESUMEN EJECUTIVO

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

- 3.1. Nombre de la Empresa
- 3.2. Descripción de la Empresa
- 3.3. Misión de la Empresa
- 3.4. Objetivos a corto, mediano y largo plazo
- 3.5. Ventajas Competitivas
- 3.6. Necesidad o problema que se quiere intervenir
- 3.7. Relación de productos y/o servicios
- 3.8. Justificación del Negocio
- 3.9. Análisis del entorno y del sector
- 3.10. Conocimientos para entrar en el Negocio

4. ANALISIS DEL MERCADO

- 4.1. Objetivos de Mercadeo
- 4.2. Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios
- 4.3. El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios
 - 4.3.1. El Mercado Meta
 - 4.3.2. Estudio del Mercado Consumidor
- 4.4. El Mercado Proveedor
 - 4.4.1. Proveedores
 - 4.4.2. Estudio del Mercado de Proveedor
- 4.5. El Mercado Competidor
 - 4.5.1. Competidores
 - 4.5.2. Estudio del Mercado Competidor
- 4.6. El Mercado Distribuidor
 - 4.6.1. Distribución
 - 4.6.2. Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)
 - 4.6.3. Distribución Directa (En caso de ser aplicable)
 - 4.6.4. Manejo de Inventarios
 - 4.6.5. Comunicación
 - 4.6.6. Actividades de promoción y divulgación
- 4.7. Precios de los Productos
 - 4.7.1. Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos
 - 4.7.2. Los Precios de los productos tomando como base los Costos
 - 4.7.3. Los Precios de los Productos propuestos
 - 4.7.4. Política de Precios

- 4.8. Costos asociados a las Actividades de Comercialización
- 4.9. Riesgos y Oportunidades del mercado
- 4.10. Plan de ventas

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

- 5.1. Objetivos de producción
- 5.2. Descripción del proceso de producción
- 5.3. Capacidad de producción
- 5.4. Plan de Producción
- 5.5. Recursos materiales y humanos para la producción
 - 5.5.1. Locaciones
 - 5.5.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.
 - 5.5.3. Requerimientos de materiales e insumos.
 - 5.5.4. Requerimientos de servicios.
 - 5.5.5. Requerimientos de personal.
- 5.6. Programa de producción

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

- 6.1. Procesos Administrativos
 - 6.1.1. Descripción de los procesos administrativos
 - 6.1.2. Procesos administrativos externalizados
- 6.2. Estructura Organizacional del Negocio
 - 6.2.1. Organigrama
 - 6.2.2. Descripción funcional de la Organización
- 6.3. Recursos materiales y humanos para la administración
 - 6.3.1. Locaciones
 - 6.3.2. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.
 - 6.3.3. Requerimientos de materiales de oficina.
 - 6.3.4. Requerimientos de servicios.
 - 6.3.5. Requerimientos de personal
- 6.4. Programa de administración

7. ASPECTOS LEGALES

- 7.1. Tipo de Organización empresarial
- 7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

8. ASPECTOS FINANCIEROS

- 8.1. Estructura Financiera del proyecto
 - 8.1.1. Recursos Propios
 - 8.1.2. Créditos y Prestamos Bancarios
- 8.2. Ingresos y Egresos
 - 8.2.1. Ingresos
 - 8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.
 - 8.2.1.2 Otros Ingresos
 - 8.2.2. Egresos
 - 8.2.2.1. Inversiones
 - 8.2.2.2. Costos
 - 8.2.2.3. Gastos
 - 8.2.2.4. Gastos Financieros

- 8.3. Estados Financieros Proyectados
 - 8.3.1. Flujo de Caja
 - 8.3.2. Estado de Perdidas y Ganancias (Estado de Resultados)
 - 8.3.3. Balance General
- 8.4. Evaluación financiera del proyecto
 - 8.4.1. Valor Presente Neto
 - 8.4.2. Tasa Interna de Retorno
 - 8.4.3. Indicadores Financieros proyectados
 - 8.4.4. Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)
 - 8.4.5. Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

9. CONSIDERACIONES FINALES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RESUMEN EJECUTIVO

Analizamos la comercialización de ropa deportiva, para exportarla a México, en general la exportación de ropa deportiva en los últimos 5 años ha estado tendiente a la fidelización de los clientes.

La fabricación de la ropa de deportiva es netamente colombiana, concentrándonos en la satisfacción de nuestros clientes y del mercado al que nos dirigimos. La comercialización se distingue en abarcar nichos en países donde la calidad del producto que ofrecemos no es factible.

La exportación de ropa deportiva hacia México nos mostró alternativas de rentabilidad, abriéndonos esta alternativa para la comercialización en este nuevo mercado con facilidad.

Sobre el negocio de la comercialización podemos decir a ciencia cierta que es un comercio a nivel mundial donde las alternativas y posibilidades de nuevos clientes, nos mostró las posibilidades que tenemos como país para poder abrir nuevos clientes y mercados a nivel mundial.

En Colombia la comercialización de ropa deportiva, según Proexport tiene la experiencia en nuevos países como lo son Francia, Estados Unidos, México, y China, mostrando que tantos consumidores existen del producto para poder abarcar el mercado; encontrándose en regiones o países donde la calidad nos muestra como los mejores fabricantes y comercializadores de ropa deportiva, como dato relevante si se toma en cuenta el nivel de tecnología a la que tiene acceso la gran fuerza productora de ropa deportiva.

Por otro lado la actividad comercializadora de ropa deportiva se ha caracterizado por experimentar fuertes fluctuaciones a través de los años, sin llegar a perder futuros clientes con unos precios competitivos.

Las fluctuaciones que presentan las exportaciones de ropa deportiva en Colombia pueden

explicarse por problemas de tratados con países aliados, precios, diferencias políticas o la entrada de la mercancía ya sea por problemas de transporte o mal entendidos de los países.

El potencial de la comercialización es el de reducir los costos de la exportación hacia el país destino, aumentando la productividad a nivel comercial y hacer un uso más eficiente de las oportunidades que tenemos gracias a los acuerdos comerciales, en un sentido más amplio, permitiendo administrar el tiempo y el espacio, optimizando la logística de las operaciones, supervisar el trabajo del personal a cargo, manejar los riesgos internos y externos de la comercialización, proveer trazabilidad a nuestros clientes y proveedores para un mejor consumo del cliente al que nos dirigimos.

El objetivo final de la comercialización de ropa deportiva hacia México, es consolidar una red de excelencia, calidad y comodidad en un servicio de comercialización sostenible y actualizada en el tiempo de acuerdo al sendero de la innovación.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Kevin Alexis Valderrama Montoya

Identificación: 1.017.226.030 **Teléfono:** 5875513 **Celular:** 3113646745

Dirección: Calle 76 90d 52 **Barrio:** Robledo

Ciudad Medellín **Correo electrónico:** Kevinalexisv@hotmail.com

Estudios: **Técnicos** **Tecnológicos** X **Universitarios**

Otros Estudios:

Luis David Borja Echavarria

Identificación: 1216715623 **Teléfono:** 4276446 **Celular:** 3108381103

Dirección: CALLE 63 A # 122 – 46 **Barrio:** San Cristóbal

Ciudad Medellín **Correo electrónico:** Luisda852@hotmail.com

Estudios: **Técnicos** **Tecnológicos** X **Universitarios**

Otros Estudios:

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

A partir de conocimientos e ideas surgidas en el transcurso de los estudios en comercio internacional, se planea un proceso de investigación, para determinar la viabilidad de un proyecto emprendedor, que consiste en seleccionar un producto prometedor, que sea rentable, para su comercialización y exportación.

Los jóvenes emprendedores Luis David Borja Echavarría y Kevin Alexis Valderrama Montoya a partir de dicho proyecto, ven una oportunidad para adoptar un producto (pantalones deportivos para dama, fabricados con fibras inteligentes.), el cual después de investigar y analizar diferentes variables(estudio de entorno y sector objetivo, de mercado, legal, administrativo, técnico y financiero), se le aplicaran los conocimientos y habilidades adquiridas en la tecnología, logrando así determinar la viabilidad del proyecto y a partir de ello llevarlo a la realidad.

Después de tener el análisis, se necesitará realizar un plan de mercadeo donde se pretende aprovechar nuestro emprendimiento y realizar procesos de comercialización y exportación.

El proyecto consiste en desarrollar un plan de negocios basados en la comercialización y futura exportación de pantalones deportivos para dama, los cuales son fabricados con fibras inteligentes por la empresa VRIZNA.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

Confecciones Sandra Echavarría S.A.S.

3.2 Descripción de la Empresa

Microempresa del sector textil y confección, dedicada a maquilar, comercializar y distribuir ropa deportiva y vestidos de baño. Ubicada en el sector de San Cristóbal, Medellín. Es una empresa con 15 años de experiencia en el mercado. Empresa con visión de expandirse hacia el mercado internacional.

3.3 Misión de la Empresa

Confeccionar ropa deportiva y trajes de baño con los más altos índices de calidad, satisfaciendo las necesidades, gustos y expectativas del cliente, involucrando para ello un equipo humano y tecnológico que permite rentabilidad, contenido social y cuidado del medio ambiente.

Visión de la empresa

Ser en 10 años una empresa con reconocimiento nacional e internacional, una marca líder en la producción de ropa deportiva y trajes de baño, aplicando tecnologías de punta en los procesos, e incluyendo el recurso humano como parte fundamental.

3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

Objetivo general:

Determinar la viabilidad de la exportación de pantalones deportivos hecho con fibras inteligentes a México.

Objetivos específicos:

- Realizar un proceso de investigación del producto y las variables que lo afectan.
- Determinar ventajas y desventajas para la toma de decisiones acerca de la viabilidad del proyecto.
- Hacer un estudio de mercado internacional del sector textil.
- Efectuar análisis del proceso de producción y los recursos necesarios para la realización del producto.
- Llevar a cabo un análisis de los aspectos administrativos, en cuanto a estructura requerida, procesos administrativos, recursos materiales y humanos, equipo, muebles y enseres y material de oficina que se necesitan para la realización del proyecto.
- Crear un estudio de todos los aspectos legales inherentes a la ejecución del proyecto.
- Realizar un análisis financiero completo en el cual se detalle la estructura financiera requerida, costos, gastos y los medios de financiación necesarios en la realización del proyecto.
- Evaluar los datos y resultados obtenidos, con los cuales podemos valorar la viabilidad del proyecto.

3.5 Distinciones Competitivas

Según los últimos estudios en el sector textil, la moda ha sufrido cambios considerables a lo largo de los siglos, pero además de modificaciones en los diseños, que van, vienen y se reinventan, los tejidos con los que fabrica la ropa también ha variado considerablemente. El algodón, la lycra o la seda, siguen estando presentes, pero junto a los textiles más tradicionales aparecen otros con cualidades sorprendentes. Un bikini que se seca en poco más de diez minutos, pantalones que cambian de color o ropa interior capaz de mantener los microbios alejados son

ejemplos de esta tendencia que cada vez se acerca más al mercado.

La especialista en indumentaria histórica, Laura Vargas, explica que este tipo de tejidos son fruto del desarrollo tecnológico de la industria textil y que cada vez son más los diseñadores que deciden aplicar este tipo de telas en sus colecciones, aunque el deporte o los cuerpos de seguridad siguen siendo los que más apuestan por este tipo de innovaciones, que les aportan beneficios prácticos en el desarrollo de sus actividades. Las prendas que se adaptan a la temperatura exterior y permiten la transpiración son un ejemplo de la utilidad que pueden tener estas telas en determinados ámbitos como el deportivo.

Este producto en específico (pantalones deportivos para dama) es fabricado con fibras inteligentes, las cuales controlan la humedad, la temperatura y resguarda contra bacterias estas son algunas de las ventajas que se ofrece además de altos estándares de calidad y precios asequibles al público, lo cual nos posiciona como pioneros en la actual industria textil deportiva.

Contar con una experiencia de más de 15 años es otro de los factores por el cual podemos asegurar la confiabilidad y calidad de las prendas.

No existe mucha competencia en el mercado, lo cual es una ventaja, ya que al ser un producto tan novedoso, pocas empresas poseen el conocimiento en el tratamiento y trabajo adecuado de las fibras inteligentes.

En este producto los consumidores cuentan con altos estándares de calidad, variedad en diseño y a un precio razonable, lo que lo hace de fácil acceso.

La empresa posee gran capacidad productiva, lo que la hace muy competitiva en el mercado tanto nacional como internacional.

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

Según las nuevas tendencias en cuanto a moda y comodidad las mujeres que asisten a gimnasios los problemas más frecuentes contemplados por ellas a la hora de realizar actividades deportivas son la sudoración, la incomodidad, su figura y la calidad de sus prendas. Nosotros percibimos estos problemas como una oportunidad prometedora de negocio para ofrecer y comercializar los pantalones deportivos para dama, ya que sus fibras inteligentes son más flexibles y de mayor calidad a las prendas comunes que hay en el mercado Mexicano, además, de que las fibras sintéticas inteligentes aspiran y eliminan la sudoración de la piel brindando comodidad y tranquilidad y moldea el cuerpo de la mujer lo que le permite sentirse más cómoda, segura y bella a la hora de hacer ejercicio o realizar actividades comunes.

3.7 Relación de productos y/o servicios

Se observa la necesidad en el mercado de usar prendas cómodas a la hora de realizar actividades deportivas. Con base a esto se planea vender pantalones deportivos cómodos y que ayuden a las mujeres a sentirse bien donde ellas en sus prendas contemplen la alta calidad del producto y sus beneficios, ya que la demanda de este tipo de producto está cambiando, no solo se buscan buenos diseños, sino que además de calidad, insumos naturales y beneficiosos para la salud y amigables con el medio ambiente.

3.8 Justificación del Negocio

Debido a los cambios innovadores en el sector textil es importante incursionar en este nuevo mercado, en este sentido se realizará una investigación de mercado, proyecto y plan de negocio para definir la viabilidad del mismo y la posibilidad llevarlo a cabo. Se hace indispensable

analizar las diferentes variables y evaluar la capacidad de satisfacción de las necesidades, para poder así ofrecer y posicionar en el sector textil un producto innovador que solucione los problemas básicos de las mujeres que tienen una vida deportiva activa.

Se realiza esta investigación porque vemos un mercado potencial y posibilidades de expansión y posicionamiento del producto en mercado internacional.

Este estudio nos permite dar a conocer las posibilidades que tenemos en el sector y definir qué tan viable y seguro es el plan de negocio y exportación. A partir de ello podemos evaluar los métodos y opciones que tenemos para la incursión en nuevos nichos.

3.9 Análisis del entorno y del sector

La industria textil y confección en Colombia cuenta con más de 100 años de experiencia en la cual sobresalen aspectos como creación de múltiples empresas representativas a nivel internacional, planes gubernamentales para el sector, penetración en diferentes ámbitos como la academia, inclusión en programas de transformación productiva y creación de un sector de clase mundial, además de una cadena de producción consolidada y experimentada.

El sector representa el 8% del PIB manufacturero y el 3% del PIB nacional, constituye más del 5% del total de exportaciones del país.

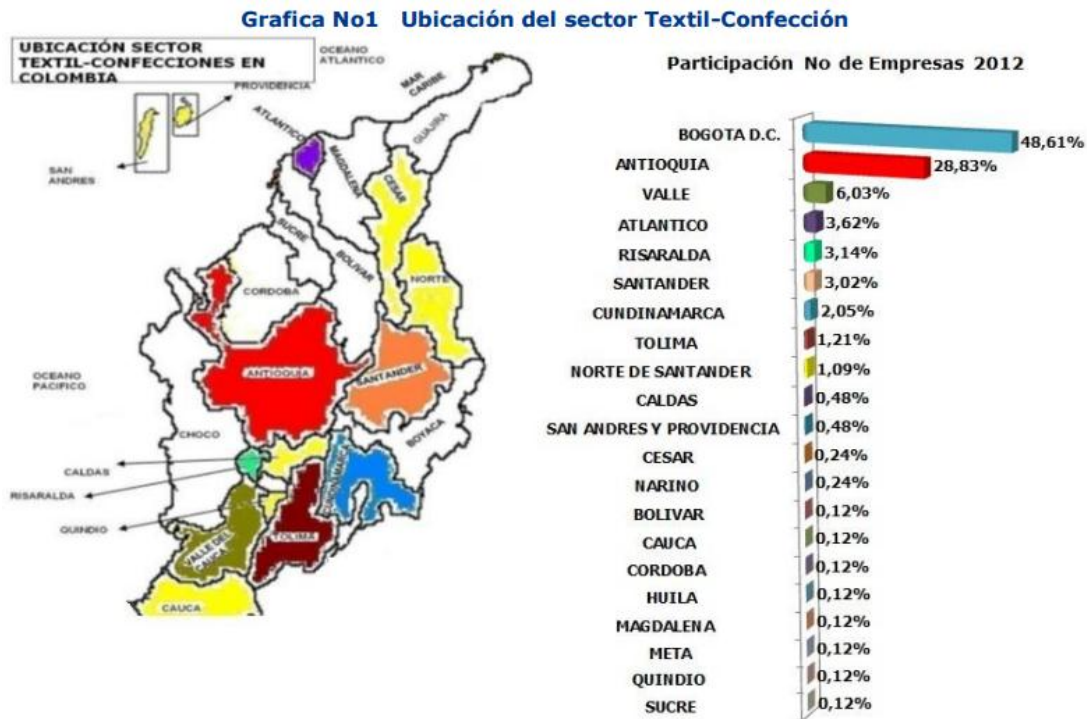
- La aprobación del Tratado de Libre Comercio con México representa una gran oportunidad de expansión y crecimiento al contar con beneficios arancelarios, los cuales permiten ofrecer productos a menor precio.
- El sector cuenta con entidades de apoyo, como el Clúster Textil y Confección, la Cámara Sectorial de la ANDI, Inexmoda, PROCOLOMBIA, PTP, SENA, entre otros.
- Colombia, al ser el segundo país más biodiverso del mundo según EarthTrends y al contar

con variedad de pisos térmicos, permite la producción, estudio y desarrollo de diferentes fibras naturales, las cuales en México no sería posible tratar.

- Colombia es sede de importantes ferias de textiles y confecciones, como Colombiatex, Colombiamoda, Footwear and Leather Show, entre otras.

El sector textil-confección se desarrolla en casi todo el territorio colombiano; sin embargo, existen unos focos principales como las ciudades de Bogotá, Medellín y Cali.

En la grafica No. 1 podemos ver esta distribución nacional:



Fuente: Supersociedades – Cálculos Grupo de Estudios Económicos y financieros

Esta década es bastante importante para el sector textil, vislumbrando una consolidación importante de las relaciones comerciales con otros países, con la recuperación de clientes y socios para Colombia.

La oportunidad de investigar y penetrar en nuevos nichos de mercado en la cadena de las Fibras,

Textiles y confecciones es robusta, gracias a las bondades arancelarias que aportan los diversos TLC firmados, esto se convierten en motor del desarrollo sectorial. De esto se desatan retos importantes para el sector, como el mejoramiento de los procesos, la infraestructura, reducción de los costos de producción, implementación tecnológica, valor agregado entre otros aspectos necesarios para lograr todas las condiciones necesarias para llevar al exterior un producto competitivo

En México el sector textil, está enfocado en su gran mayoría a la elaboración de trajes típicos de la región y a la maquila. En los últimos años ha tenido descenso de la producción de un 50%, debido a una pérdida de competitividad especialmente frente a China.

Lo cual es benéfico para Colombia, pues tenemos gran capacidad de producción, conocimiento del negocio y tradición, además de que la calidad de nuestros productos tienen altos estándares de calidad, con lo cual podemos incursionar en este nicho

En la última década el gobierno Mexicano ha enfatizado en la promulgación para todos los habitantes de una vida más saludable, menos sedentaria, por lo cual el entrenamiento físico y las expresiones deportivas han tenido un alza del 65% en comparación de años anteriores. Esta nueva cultura emergente en México es la que pretendemos aprovechar, para incursionar en el mercado de la ropa deportiva con fibras inteligentes Colombia no es el principal proveedor de textiles y confecciones para México, pero tiene oportunidades para serlo por dos coyunturas fundamentales: la oferta exportable del país se ajusta a la demanda y las relaciones comerciales se vienen fortaleciendo gracias a la Alianza del Pacífico. Así se dio a conocer durante la presentación de PROCOLOMBIA en el Pabellón del Conocimiento de Colombiatex 2015.

3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio

Para entrar y competir en el sector textil debemos tener unos conocimientos básicos sobre el sector que nos rodea y cómo hacer para ser más competitivos en el sector:

- Conocer el producto con que se pretende entrar en el negocio, en este aspecto contamos con más de 15 años de experiencia.
- Uno de nuestros principales beneficios al entrar en esta industria es que Colombia y principalmente Antioquia son sectores muy apetecidos por el extranjero dado a que los productos son líderes en muchas partes del mundo por su excelente calidad.
- Al entrar a este negocio debemos ser una empresa legal e inscrita a la cámara de comercio dado a que si no lo hacemos perdemos muchos beneficios que el gobierno da a las empresas legalmente constituidas.
- Como se comporta el sector textil y cuáles son las facilidades a la hora de conseguir o adquirir insumos y materias primas
- Cuáles y donde se encuentran nuestros competidores directos.
- Aspectos legales del país destino de la exportación, como aranceles, permisos, registros (si aplica).

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

Se desea comercializar pantalones deportivos para dama con fibras inteligentes que posean diseños exclusivos y comodidad para la mujer a la hora de usarlos.

Con este producto ya estamos posicionados en el mercado local por lo cual se pretende abrir horizontes hacia mercados internacionales, distribuyendo nuestro producto.

Con el fin de ser una marca reconocida y líder en la industria textil; queremos lograr que nuestro producto y marca impacte en la mente del consumidor y así lograr que las damas prefieran nuestros productos a la hora de realizar cualquier actividad física.

Nuestro mercado meta, es México donde queremos posicionar nuestro producto y marca. Para lograr este objetivo tenemos trazado un plazo de 5 años.

Con los pantalones deportivos para dama de fibras inteligentes se desea en corto plazo hacer un estudio de mercado para definir el mercado meta (objetivo) al cual ingresar, ofrecer y comercializar los productos. Para el mediano plazo de planea ingresar en el mercado meta comercializando los pantalones deportivos para dama y buscar lograr un buen nivel de ventas que se vea reflejado en utilidades para la empresa. En el largo plazo se desea lograr un posicionamiento de marca y producto en el mercado, logrando reconocimiento y preferencia por parte de los consumidores además de altos niveles de ventas.

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

Los pantalones deportivos es una prenda que fue creada para la práctica de deporte, tanto por los materiales y tecnologías empleadas como por el diseño, proporcionando al deportista comodidad, seguridad y un mayor rendimiento.

Las prendas deportivas, especialmente los pantalones, son actualmente un producto de gran consumo y su uso va más allá de la práctica deportiva, habiéndose incorporado plenamente al mercado de la moda para uso casual o informal.

Sus principales características:

- **Transpirabilidad:** los pantalones deportivos son transpirables y son capaz de transferir el sudor hacia el exterior alejándolo de la piel.
- **Secado:** son prendas de secado rápido, tanto para la humedad procedente del exterior por la lluvia como la procedente del sudor, para lo cual se ha empleado tejidos absorbentes de humedad.
- **Comodidad:** es un producto que permite a las personas sentirse cómodas a la hora de realizar una actividad física, pero que también sirven simplemente para salir de casa y caminar cómodamente, poseen un alto grado de frescura, que a la vez se ajustan al cuerpo haciéndolo ver más moldeado.
- **Ligereza:** una característica de esta prenda es la ligereza, para no sobrecargar al usuario con peso innecesario.

Este producto es comercializado en bolsas individuales y será almacenado por orden de tallas y colores para facilitar su manipulación y búsqueda en bodegas en la fotografía No.1 se puede ver la bodega de almacenaje.

FOTOGRAFIA No. 1 BODEGA DE ALMACENAJE



Los pantalones deportivos son empacados en bolsas individuales que aíslan la humedad, posteriormente se empacan en cajas de 100 unidades por caja, de esta manera se transportan hacia el lugar de destino.

Estos pantalones deportivos para dama son fabricados con telas inteligentes de altos estándares de calidad, las cuales ayudan a obtener mayor comodidad moldeando el cuerpo. Al ser fibras inteligentes las telas absorben y deja salir el sudor libremente sin dejar malos olores o sensaciones incómodas.

Son pantalones en telas y microfibras de Suplex inteligentes que se ajustan perfectamente al cuerpo con fajones anchos que oprimen el abdomen haciendo ver el cuerpo con una figura moldeada. Se van a ofrecer pantalones largos hasta los tobillos o cortos hasta la mitad de las espinillas o de las piernas. Son pantalones con una pretina voluminosa en tela brindando mayor seguridad y confianza. Los pantalones deportivos brindan a las mujeres sentirse únicas con diseños exclusivos, seguridad y confianza, mucha comodidad a la hora de realizar actividades

físicas o actividades diarias. Les brindan también la satisfacción de sentir y ver una figura moldeada. Los consumidores obtienen en los pantalones una prenda de alta calidad con diseños exclusivos. Además de ello garantía y acompañamiento post-venta por parte de una empresa certificada y que posee experiencia en el mercado local. Los pantalones se comercializan en bolsas que conforman un empaque individual amigable con el medio ambiente y el cual facilita su manipulación y su conservación, donde además se incluyen las etiquetas o especificaciones requeridas.

En las fotografías 2,3y 4 se pueden observar algunos de los diseños.

Foto N°2. Pantalón Deportivo Corto



Foto N°3. Pantalón Largo



FOTOGRAFIA No. 4 PANTALONES CON DISEÑO COLORES



FIGURA No.1 MOLDE PANTALON

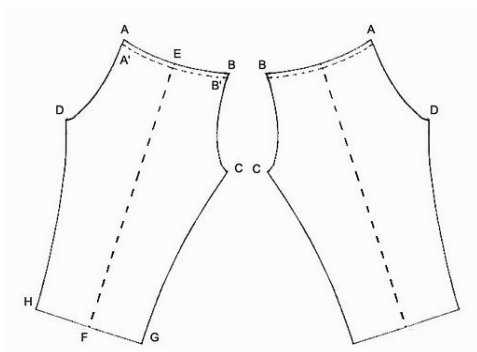
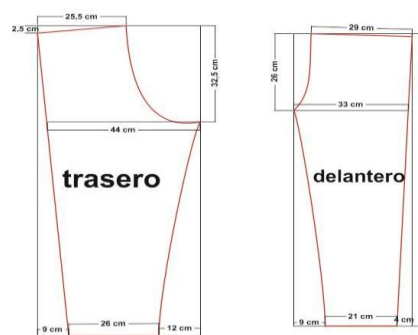


FIGURA No.2 MOLDE PANTALON



4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

Los pantalones están enfocados en mujeres en un promedio de edad entre 15 y 50 años, que principalmente realicen actividades deportivas y que busquen comodidad y belleza a la hora vestir sus prendas y salir a la calle bien sea a hacer deporte o simplemente realizar actividades comunes. Mujeres que se preocupan por su figura y su belleza. Principalmente se planea distribuir los productos por medio de minoristas y almacenes detallistas. Estas prendas están dirigidas a todo tipo de estratos socio-económicos y estratos sociales ya que son asequibles para todo consumidor, pero principalmente estratos medio y alto, que son quienes llevan una vida más deportiva.

4.2.2. Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

Estos pantalones se fabrican según las necesidades de los consumidores, pues cada día las personas buscan productos que además de cumplir su función primordial, tengan un valor agregado adicional, como beneficios en la parte de salud, materiales naturales y amigables con el medio ambiente entre otros.

También las mujeres a la hora de hacer deporte ven una necesidad de verse y sentirse bien, bellas y cómodas.

Según encuestas realizadas por la empresa que produce estos pantalones, las mujeres que tienen una vida deportiva activa, y que han utilizado estos productos, perciben el grosor y la alta calidad de la tela inmediatamente, les gusta mucho su comodidad y la firmeza que le proporciona a su cuerpo, notan que efectivamente las telas inteligentes permiten la respiración de la piel y que

absorben humedad, por lo cual no se ve el sudor en la prenda.

Además de ello dijeron estar a gusto con las prendas a largo plazo ya que son prendas duraderas y con garantía de calidad. Finalmente un aspecto muy importante captado por el mercado son los buenos, novedosos y exclusivos diseños; se puede notar que según las nuevas tendencias las personas que tienen conocimiento de las prendas, las telas, las fibras y la calidad de las mismas están dispuestas a pagar altos precios entre aproximadamente \$50000 y \$ 80000 por pantalón; pero aquellas mujeres que desconocen el producto y sus características piensan en ocasiones que el producto es un poco costoso, opinan que hay pantalones similares más económicos, claro que al .darles a conocer las características del producto y sus beneficios, sobre todo a la hora de ejercitarse, están dispuestas a invertir más dinero en este tipo de prendas.

b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del Consumidor

El estudio del consumidor se realizó a través de entrevistas y encuestas realizadas por la empresa productora a almacenes, gimnasios y personas que intervienen en el medio o mercado tanto nacional como internacional, además de clientes con los cuales se ha tenido acercamiento y que han probado el producto en México.

También se consultó a mujeres con una vida deportiva activa y que ya usan este tipo de prendas inteligentes.

c) Aplicación de la Medios

Las entrevistas y encuestas se le realizaron a personas dueñas de almacenes y gimnasios, que venden o comercializan este tipo de producto. También se les realizaron encuestas a mujeres que llevan una vida deportiva activa, que acuden a estos sitios y que pueden ser posibles consumidores o que han comprado alguna vez estos productos. Las encuestas y entrevistas se

aplicaron al momento de realizar compras o deportes haciéndoles preguntas acerca del producto y sus características, además de sus expectativas tanto a la hora de hacer deporte como de comprar dichos productos. Las encuestas se han realizado periódicamente cada vez que se saca una colección.

d) Resultados del estudio de los consumidores

Población Consumidora

Cliente: Distribuidor

Determinación de la Demanda

Precio: \$45000 unidad pesos Colombianos, USD 20

Forma de pago: Contado y Crédito a 30 días.

Calidad: Los distribuidores buscan siempre la alta calidad a bajos precios.

Garantía: Al distribuidor se le dará garantía de la calidad del producto y sus componentes, lo que quiere decir es que las características son las correspondientes, en la integridad de los materiales, defectos de fabricación.

Confiabilidad: se busca que el cliente quede conforme y satisfecho con el producto, con el fin de fidelizarlo.

Perfil de los consumidores: se busca tener un perfil de consumidores con un rango de edad entre 15 y 50 años, mujeres que preferiblemente lleven una vida activa, deportiva y/o saludable; sin importar sus estudios, estrato social, estado civil o ingresos, este producto se ha diseñado para damas que buscan comodidad, calidad y belleza a la hora de comprar ropa deportiva. Mujeres para las cuales el motivo de compra es la necesidad de sentirse cómodas y satisfacerse con ropa acorde que cumpla las exigencias de sus actividades físicas. Se planea que este producto sea de fácil acceso a unidades deportivas, gimnasios o centros comerciales, con el fin de que sea de fácil

acceso para las personas interesadas en dicho producto, y que lo relacionen con el deporte.

Ubicación de los consumidores: este producto ya esta posicionado a nivel nacional, por lo cual inicialmente se planea ingresar con los pantalones deportivos para dama a la ciudad de Veracruz en México, país en el cual se ha tenido acercamiento con algunos distribuidores y ven en esta prenda innovadora un gran negocio en esta ciudad.

La idea es encontrar más distribuidores como tiendas deportivas, gimnasios y establecimientos comerciales, donde las personas que los visitan están interesadas en el bienestar, la salud y la moda. El mercado potencial comprende las mujeres de Veracruz, México con las características definidas como edad entre 15 a 50 años, que tengan vida deportiva activa o que le guste el confort al vestir. El mercado meta de la empresa está dirigido a captar el 30% de dicho mercado potencial, lo anterior basado en la experiencia de la empresa, la capacidad de producción, además teniendo en cuenta que la población de mujeres en este Estado es de 3.947.515, según un informe del Instituto Nacional de Estadística y Geografía Mexicano en el 2010.

GRAFICA NO.2 CUADRO COMPARATIVO DE IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES MEXICANAS



MÉXICO



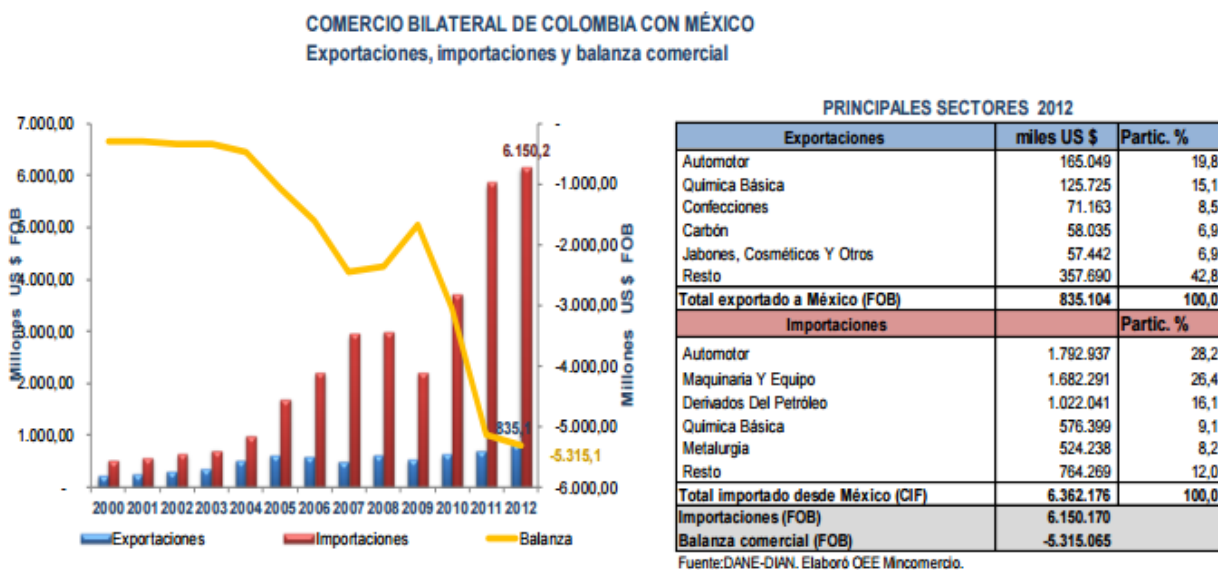
PARTE I : RESUMEN
DATOS GENERALES

Capital:	México D.F.	PIB corriente (2012):	USD 1.162.891,0 millones
Superficie:	1.972.550 km²	PIB per cápita (PPP 2012):	USD 15.300,3
Población 2011	113.735.000 Habitantes	Crecimiento PIB real (2011 y 2012):	3,9 % y 3,8 %
Moneda:	USD =13,16 Pesos mexicanos, promedio 2012	IED en México (2012 e):	USD 17.400 millones
EXPORTACIONES 2011		IMPORTACIONES 2011	
Total	USD 349.569,0 millones	Total	USD 350.842,4 millones
Principales productos:	Petróleo crudo (14,1%), Automóviles de turismo (7,7%), Monitores y proyectores (5,4%), Partes de automóviles (4,8%), Procesadoras de datos (4,7%), Teléfonos (4,6%).	Principales productos:	Petróleo refinado (7,9%), Partes de automóviles (5,0%), Teléfonos (3,9%), Circuitos (3,6%), Aparatos (2,8%), Procesadoras de datos (2,2%).
Destinos:	Estados Unidos (78,7%), Canadá (3,1%), China (1,7%), España (1,4%), Brasil (1,4%), Colombia (1,6%).	Origen:	Estados Unidos (49,8%), China (14,9%), Japón (4,7%), República de Corea (3,9%), Alemania (3,7%), Colombia (0,2%).

Como se puede observar en la gráfica No. 2, Colombia es el sexto proveedor de bienes y servicios para México, con un 0.2% de las importaciones de este país según el informe del Ministerio de Comercio de Colombia en el 2011, en la gráfica No. 3, podemos ver que las importaciones Mexicanas desde Colombia el sector de las confecciones abarca el 8.5% que corresponde a US\$ 71.163.000 al año 2012 según estudio realizado por el DANE y la DIAN.

Estas cifras son muy importantes para nuestro proyecto de exportación, ya que demuestra que los consumidores de Textiles en México, tienen a Colombia de referente, no solo por la alta calidad de las telas, si no por sus precios competitivos y nivel de producción.

GRAFICA NO.3 CUADROS COMPARATIVOS DE COMERCIO BILATERAL COLOMBIA-MEXICO



Fuente: DANE-DIAN.

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

DESCRIPCION	PROVEEDORES
Tela Microfibras de Suplex.	Protela, balalaika, linalana, coltejer, tejicondor, Pat primo.
Hilo Poliéster.	Antioqueña de máquinas, yecaca, la bobina
Insumos (bolsas de polipropileno con cierre, marquillas en tela, etiquetas en cartón)	Plastextil

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

Variables estudiadas de los proveedores: Productos, precios, ubicación, forma de pago, fortalezas y debilidades.

Condición o Característica	Descripción de la condición o característica (por qué es importante)
Hilos y Nylon	Los hilos deben ser escogidos adecuadamente, tanto en calidad como en los colores adecuados según la prenda a elaborar, para evitar las demoras y reproceso. Si el nylon o hilo no va acorde a la tela desentona y le quita valor a la

	prenda.
Telas	Nuestras telas deben ser escogidas cuidadosamente debido al uso que se le da a la prenda (para hacer deporte y mantenimiento físico) exclusivamente telas inteligentes que nos dan precisamente nuestra distinción en calidad.
Elástico	Estos deben ser adecuados según el sitio de ubicación debe tenerse en cuenta su tamaño.
Accesorios	El accesorio distintivo de nuestra con un diseño sobrio pero atractivo; accesorios de calidad que no le roben comodidad a la prenda
Empaques	Transparente de tamaño preciso en donde el cliente pueda apreciar a simple vista la prenda y quiera apreciarla mejor. Un correcto empaque hace llamativa la prenda.

b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del mercado proveedor

El estudio del mercado proveedor ya existe en la empresa VRIZNA, fue previamente realizado por los directivos de la misma por medio de encuestas, visitas, cotizaciones y análisis.

c) Aplicación de la Medios

Los medios fueron aplicados a los directivos, representantes o encargados correspondientes en cada empresa y/o proveedor en sus instalaciones.

Los estudios han sido aplicados previamente por la empresa VRIZNA en diferentes momentos dependiendo de pedidos y necesidades.

d) Resultados del estudio de los proveedores

Nombre	Mintex S.A	PATPRIMO	BALALAIKA
Dirección	Envigado, carrera 46A # 129 sur-120	Medellín, calle 12 # 60-74	Avenida ferrocarril con calle Colombia. Carrera 57 # 50-2
Persona	Despachos	Ventas Jessica	Álvaro Zuleta
Productos	Nylon, hilo	Telas	Telas
Precios	\$27200 + IVA (kilo nylon)	\$ 27900 + IVA/ metro	\$45000 /kilo
Formas de pago	Contado	Contado	Contado
Fortalezas y debilidades	Fortaleza: amplia gama de colores. Debilidad: manejo de domicilio únicamente en zona urbana.	Fortalezas: servicio al cliente, buen volumen, colorida carta de colores. Debilidad: no	Fortalezas: buena atención, variedad de referencias en suplex. Debilidad: demoras en despacho de los pedidos

<p>venden pocas cantidades. Venden de 4 kilos en adelante</p>

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

Competencia	Características
<p>• HIGH IMPACT</p>	<p><u>Ventajas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ POSICIONAMIENTO MARCA ➤ TRAYECTORIA Y EXPERIENCIA EN EL MERCADO ➤ CALIDAD EN TELAS Y CONFECCION ➤ RECURSO FINANCIERO PRECIOS ➤ INVESTIGACION MERCADOINTERNACIONAL <p><u>Desventajas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ FALTA DISEÑO E INNOVACION ➤ CANAL DE DISTRIBUCION CATALOGO INADECUADO ➤ NO TIENEN PRODUCTOS EN FIBRAS INTELIGENTES
<p>• MBG SPORT</p>	<p><u>Ventajas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ BUENOS CANALES DE DISTRIBUCION ➤ VARIEDAD DE PRODUCTOS Y TELAS ➤ POSICIONAMIENTO MARCA ➤ TRAYECTORIA Y EXPERIENCIA EN EL MERCADO <p><u>Desventajas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ DISEÑOS POR ORMAS PEQUEÑAS ➤ CLARIDAD EN LA DISTRIBUCION POR CATALOGO ➤ DEMORA EN LA ENTREGA POR CATALOGO ➤ NO TIENEN PRODUCTOS EN FIBRAS INTELIGENTES

BABALÚ	<p><u>Ventajas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ POSICIONAMIENTO MARCA ➤ TRAYECTORIA Y EXPERIENCIA EN EL MERCADO ➤ ESTRATEGIAS DE PROMOCION MUY FUERTES ➤ RELACION DE GRUPOS DE INTERES
	<p><u>Desventajas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ PRECIOS MUY ALTOS ➤ DISEÑOS MUY CLASICOS ➤ BAJA INNOVACION EN LOS PRODUCTOS ➤ DEBILIDAD EN LA MOLDERIA

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

Precios, productos, experiencia en el mercado, variedad.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

La estrategia y medios utilizados para estudiar a los competidores fue la investigación en medios informáticos

c) Aplicación de la Medios

Se realizó una investigación en internet donde se estudiaban y analizaban todas las variables antes descritas a cada uno de los competidores. Además de ello se hizo un análisis con representantes de la empresa VRIZNA quienes poseen conocimientos y experiencia en el mercado y sector.

d) Resultados del Estudio de la Competencia

Nombre de las marcas			
	High Impact	Babalú	MBG Sport
Precios \$	58.453	63.526	70.000

v/ agregado	Diseño de figuras en diferentes colores	Doble fajón	Cordón en la cintura
Posición de la marca	A nivel nacional (México)	Internacional	A nivel nacional (México)
Tiempo de experiencia	18 años	25 años	15 años
publicidad	Internet, televisión, vallas publicitarias	Vallas publicitarias, revistas, internet	Internet, televisión, vallas publicitarias,

En México existen muchas empresas distribuidoras de prendas de vestir y ropa deportiva para dama, específicamente para el ejercicio del análisis de nuestro producto “Pantalones deportivos para dama”. Entre muchos otros algunos de los principales comercializadores:

- High impact
- MBG Sport
- Babalú

Estas empresas tienen marcas que cuentan con cierto posicionamiento y trayectoria histórica en el mercado nacional (México), aunque producen su propia ropa, venden también marcas reconocidas.

Como se puede evidenciar en la tabla anterior, los precios de estos competidores son mucho más altos que los de nuestro producto, además no cuentan con productos con fibras inteligentes.

Al ser los más reconocidos en el mercado mexicano y no contar con un producto como los pantalones para dama en fibras inteligentes favorecen nuestro producto, porque quiere decir que

seremos pioneros en el mercado Mexicano.

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución

La distribución se va a realizar por medio de terceros, principalmente por una empresa Colombiana, que en estos momentos cuenta con tiendas en México, ellos se especializan en vestidos de baño y quieren incursionar en otras líneas, como en la comercialización de ropa deportiva.

Maaji posee experiencia en el mercado local (México), vende su mercancía por medio de tiendas en todo México y por medio de su página web.

La empresa Maaji, nos parece la más indicada para comercializar nuestro producto, puesto que al tener tiendas tanto en Colombia como en México, se facilitan los trámites de negociación, ya que la empresa que está en Colombia servirá de intermediación con la mexicana.

La distribución se realizara por medio terrestre desde Medellín a Cartagena y posteriormente de Cartagena al puerto de Veracruz México por medio marítimo.

En el anexo N° 1., se muestran las cotizaciones de esta distribución.

El incoterm se determinará con el cliente al momento de cerrar la negociación, sin embargo en el anexo realizamos un ejercicio de costeo y definición de precio en EXW, FOB Y CIF.

4.7 Precios de los Productos

4.7.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos

Mano de obra, precio de materias primas e insumos, precios de la competencia, utilidad, calidad, valor agregado y costo de exportación.

4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

<u>Costo producto</u>	<u>Utilidad deseada</u>	<u>Precio con base en el costo</u>
<u>24227.5</u>	<u>50%</u>	<u>36.341.25</u>

4.7.3 Los Precios de los Productos propuestos

<u>Costo producto</u>	<u>Utilidad</u>	<u>Margen de contribución en pesos</u>	<u>Precio propuesto</u>
24227.5	46.16%	20.772,5	45.000

4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

Presentación y Promoción	\$ 7.000.000,0
Publicidad y Promoción	\$ 5.000.000,0
Total Gasto Pre operativos Exigibles	\$ 12.000.000,0

4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado

Generalidades de la economía Mexicana:

México pertenece al grupo de países de la OECD, al acuerdo comercial NAFTA por su cercanía geográfica con EEUU y Canadá, y con Colombia sostiene el acuerdo comercial del G2 (FTA). Los mexicanos han mantenido un proceso de desarrollo económico basado en suplir la demanda de mercados muy desarrollados como el estadounidense y canadiense, sacando provecho de su competitividad y cercanía a estas economías.

El riesgo principal al hacer exportaciones a México, sería el legislativo, es decir, que en algún momento cambien los beneficios arancelarios para los productos textiles.

Oportunidades Identificadas

En cuanto a la empresa textilera mexicana identificamos varias oportunidades

- Ropa interior: México no tiene fortaleza en diseño diferenciado ni en calidad de telas y terminados, lo cual es una oportunidad para negocios con clientes que demandan marca privada. (Paquete completo)
- Ropa casual dama: Las cadenas de grandes superficies (Liverpool, Sears, Soriana, Famsa, Coppel, entre otras) demandan paquete completo.
- Ropa deportiva dama: Los confeccionistas mexicanos que son competidores directos, también demandan hacer su marca en el extranjero y Colombia es vista como opción deseada para este esquema.
- Ropa de control: La ropa de uso post operatorio y de control de figura y la ropa deportiva tienen demanda creciente
- Dotación de hogar y hotel: Las prendas en tallas extras y ropa de maternidad con moda y diseños

diferenciados, tienen demanda y es un nicho no abastecido adecuadamente.

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de producción

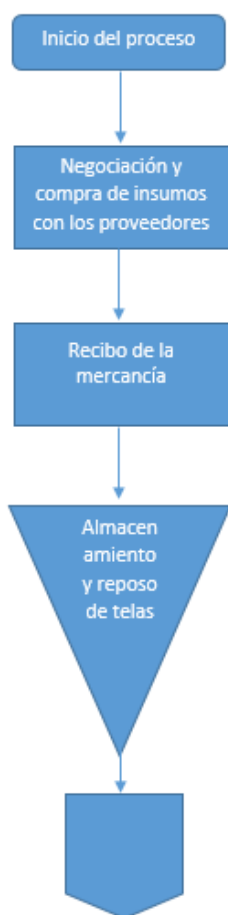
A corto plazo (6 meses) se desea producir y comercializar 1000 unidades, para empezar el proceso de internacionalización de la empresa, de ingresar a un mercado nuevo y analizar el comportamiento del mercado y las ventas. Se planea cumplir con todos los requisitos y estándares de calidad del cliente y consumidores. A mediano plazo se desea incrementar en nivel de ventas en un promedio de 30%, logrando buena satisfacción de los clientes y buena utilidad. A largo plazo se desea incrementar las ventas, haber logrado establecerse en el mercado objetivo y buscar la expansión de la marca con el fin de lograr reconocimiento.

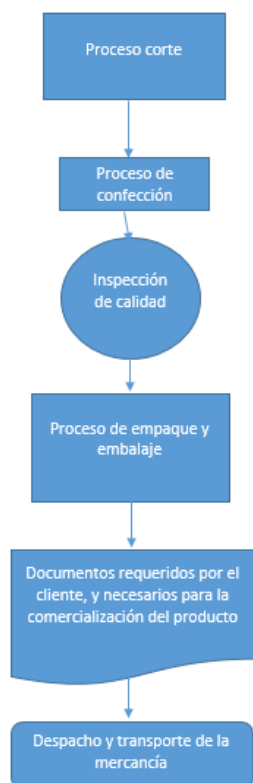
5.2 Descripción del proceso de producción

Inicialmente se atiende los requerimientos del cliente sobre qué tipo de prenda desea y con base a esto los diseñadores de modas hacen varios diseños o muestras para que el cliente seleccione el que se ajusta a sus necesidades. Cuando ya se tiene claridad sobre la prenda a confeccionar, se evalúa por parte del jefe de corte que se necesita para el lote de producción. Luego se define la cantidad de unidades que se desean producir y cuantas referencias se deben fabricar. Después se hace la moldería de las referencias y los diseños seleccionados en el departamento de corte. Con esta moldería se hacen los trazos de la producción los cuales son tercerizados y se mandan a imprimir a terceros. Después de que los trazos (moldes) están impresos, se toma el consumo de acuerdo al largo del trazo y las unidades que saldrán por capa de tela. Con este consumo realizado nos damos cuenta cuantos metros de tela se necesitara para producir las unidades deseadas. Después se negocia con el proveedor de telas para elegir precios y colores, o la tela que llevara el diseño, y se realiza el pedido. Cuando llegan las telas a bodega en un promedio de tiempo entre 40 y 45 días, ya instaladas los operarios de bodega se encargan de poner a reposar las telas dos días. Luego se extienden las capas y se corta la producción, la

cual se somete a un proceso de etiquetado, separado, amarrado y empacado. Luego el lote es transportado hacia las instalaciones de confección donde interviene cada uno de los insumos como hilos, cierres, botones, etiquetas, marquillas, entre otros para realizar el proceso de juntar las piezas en máquinas especiales como recubridora, plana, flashimer, cosedora. De allí las prendas ya cosidas pasan a un proceso de pulido (quitar imperfecciones) y calidad donde son inspeccionadas y aprobadas para finalmente pasar al proceso de empaque.

DIAGRAMA DE FLUJO O PROCESO





5.3 Capacidad de producción

La capacidad de producción que posee la empresa actualmente es de 6178 unidades por mes, tomadas de la cantidad de maquinaria y el recurso humano de la empresa.

5.4 Plan de Producción

Se planea producir 1000 unidades para iniciar el proyecto en un periodo de 6 meses. Para el periodo de un año se planea haber producido 1400 unidades. Para un periodo de 2 años se planea haber producido 5000 unidades. Todo esto para llevar a cabo el proyecto de internacionalización, ingreso y establecerse en el mercado internacional (Veracruz, México).

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 Locaciones

Para la producción de los pantalones deportivos para dama de fibras inteligentes, ya la empresa VRIZNA cuenta con instalaciones y adecuaciones necesarias. La empresa posee una planta de confección y corte con un área de 220 m². El local es propio de la empresa, no necesitamos invertir en planta o instalaciones para producir los pantalones. La planta tiene unos gastos fijos de \$ 420000 mensuales correspondientes a servicios públicos (agua, luz, teléfono, internet).

5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

La empresa ya cuenta con la maquinaria necesaria para la producción del producto, a continuación se detallan las maquinas que intervienen en la producción de los pantalones deportivos para dama en fibras inteligentes.

<i>NOMBRE</i>	<i>MAQUINA</i>	<i>MARCA</i>
<i>PL E-1</i>	<i>PLANA PFAFF ELEC</i>	<i>TECNICOSTURA</i>
<i>PLE -2</i>	<i>PLANA ELEC BROTHER</i>	<i>TECNICOSTURA</i>
<i>PL E-3</i>	<i>PLANA ELEC BROTHER</i>	<i>TECNICOSTURA</i>
<i>PL E-4</i>	<i>PLANA ELEC JUKI</i>	<i>MAICOL</i>
<i>PL E-5</i>	<i>PLANA ELEC JUKI</i>	<i>MAICOL</i>
<i>PL E-6</i>	<i>PLANA ELEC JUKI</i>	<i>MAICOL</i>
<i>PL E-7</i>	<i>PLANA ELEC JUKI</i>	<i>MAICOL</i>
<i>PL E-8</i>	<i>PLANA ELEC JUKI</i>	<i>MAICOL</i>
<i>PLE-9</i>	<i>PLANA ELEC BROTHER</i>	<i>TECNICOSTURA</i>
<i>PLD-1</i>	<i>PLANA 2 AGUJ SIRUBA</i>	<i>TECNICOSTURA</i>
	<i>PLANA SENCILLA</i>	
<i>PLC-1</i>	<i>BROTHER</i>	<i>TECNICOSTURA</i>

	<i>FAMILIAR OJALADORA</i>	
<i>PLF-1</i>	<i>BROTHER</i>	<i>TECNICOSTURA</i>
<i>20U-1</i>	<i>PFAFF 260 tecnicostura</i>	<i>TECNICOSTURA</i>
<i>PCC-1</i>	<i>COSER Y CORTAR JUKI</i>	<i>MAICOL</i>
<i>PCC-2</i>	<i>COSER Y CORTAR JASPEW</i>	<i>TECNICOSTURA</i>
<i>FR-1</i>	<i>FILETEA VERDE YAMATO</i>	<i>MAICOL</i>
	<i>FILETEA NARANJA</i>	
<i>FR-2</i>	<i>YAMATO</i>	<i>MAICOL</i>
<i>FR-3</i>	<i>FILETEA M 800 PEGASUS</i>	<i>TECNICOSTURA</i>
<i>FR-4</i>	<i>FILETEA M 700 PEGASUS</i>	<i>TECNICOSTURA</i>
	<i>FILETEA NARANJA</i>	
<i>FR-5</i>	<i>YAMATO</i>	<i>MAICOL</i>
	<i>FILETEADORA MAUSER</i>	
<i>FC-1</i>	<i>Sencilla</i>	<i>ANTIOQUEÑA DE MAQUINAS</i>
	<i>Recubridora CUCHILLA</i>	
<i>RC I-1</i>	<i>IZQUIERDA YAMATO</i>	<i>MAICOL</i>
	<i>RECUBRIDORA PULLER</i>	
<i>R P-1</i>	<i>KANSAI</i>	<i>TECNICOSTURA</i>
	<i>RECUBRIDORA PULLER</i>	
<i>R P-2</i>	<i>PEGASUS</i>	<i>TECNICOSTURA</i>
	<i>RECUBRIDORA PULLER</i>	
<i>R P-3</i>	<i>YAMATO</i>	<i>MAICOL</i>
	<i>RECUBRI SESGADORA</i>	
<i>RC-1</i>	<i>KANSAI</i>	<i>TECNICOSTURA</i>
<i>RCG-1</i>	<i>SESGADORA PEGASUS</i>	<i>TECNICOSTURA</i>
<i>RES-1</i>	<i>RESORTADORA YAMATO</i>	<i>MAICOL</i>
<i>RES-2</i>	<i>RESORTADORA SIRUBA</i>	<i>Antioqueña de maquinas</i>
<i>PR-1</i>	<i>PRESILLADORA JUKI</i>	<i>MAICOL</i>
<i>DE-1</i>	<i>DEVANADORA MG</i>	<i>DEVANADORAS&DEVANADORAS</i>
<i>CK-1</i>	<i>COMPRESOR KAISER</i>	<i>KAESER</i>

EQUIPO DE COMPUTO MONTERREY
 IMPRESORA
 MULTIFUNCIONAL

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

Descripción	Cantidad/ 1 Und	Proveedor	Costo unitario por Und.	Costo total
Telas fibra inteligente suplex	0.80 metros	Balalaika	\$ 22320 + IVA	\$ 22320000 + IVA
Hilo – nylon	0.01 kilos	Mintex S.A	\$ 4352 + IVA	\$ 4.352.000 + IVA
Bolsa	1	Plastextil	\$ 300	\$ 300000
Marquilla	1	Plastextil	\$ 50	\$ 50000
Etiqueta	1	Plastextil	\$ 150	\$ 150000

5.5.4 Requerimientos de servicios.

Descripción	Proveedor	Precio
Servicios públicos (incluye: agua, luz, teléfono, gas, internet)	EPM, UNE	\$ 420000 /Mes
Vigilancia	MIRO	\$ 638000 anual
Mantenimiento y aseo	Independiente	\$ 300000 mensual
Mensajería	Independiente	\$ 300000 mensual

5.5.5 Requerimientos de personal.

Cargo	Perfil	Cantidad	Tipo de contrato	Salario	Prestaciones	Funciones y responsabilidades
Operario	Bachiller, experiencia mínima de 1 año en el sector textil – confección	4	A término indefinido	Salario mínimo legal vigente \$644350	Auxilio de transporte: \$ 74000 Prestaciones sociales: \$161428	Diseñar el pantalón, hacer moldes, trazar los moldes, extender telas, cortar telas, etiquetar lote, armar, revisar, hacer control de calidad, empacar, y despachar.

5.6 Programa de producción

Actividades pre operativas

- definición de cantidad de prendas que se van a producir
- evaluación y selección de materiales e insumos necesarios para la producción de un lote
- selección de proveedores
- compra de materias primas e insumos
- almacenamiento de las materias primas e insumos acondicionamiento del área de trabajo.

Actividades Operativas

- realización de moldes para las referencias y diseños de las prendas.
- Realización de los trazos de producción, de acuerdo al consumo, largo del trazo y unidades que saldrán por capa de tela.
- Medición de la cantidad necesaria de tela para producir los pantalones deportivos.
- Poner a reposar las telas
- Extensión de las capas de tela, corte de la producción.

- Esta producción se etiqueta, separa, amarra y empaca.
- Transporte a el área de confección
- Confección de las prendas
- Proceso de pulido e inspección de las prendas, su calidad y requerimientos específicos.
- Empaque de las prendas ya terminadas (empaque final).

DIAGRAMA DE GANTT

		DIAS																			
ACTIVIDADES		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Actividades Pre Operativas	Definición de cantidad de prendas que se van a producir	█																			
	Evaluación y selección de materiales e insumos necesarios para la producción de un lote	█																			
	Selección de proveedores	█	█																		
	Compra de materias primas e insumos		█	█																	
	Almacenamiento de las materias primas e insumos				█	█															
	Acondicionamiento del área de trabajo					█	█														
actividades Operativas	Realización de moldes para las referencias y diseños de las prendas.					█	█														
	Realización de los trazos de producción, de acuerdo al consumo, largo del trazo y unidades que saldrán por capa de tela.							█													
	Medición de la cantidad necesaria de tela para producir los pantalones deportivos.								█												
	Poner a reposar las telas									█	█										
	Extensión de las capas de tela, corte de la producción.										█	█									
	Esta producción se etiqueta, separa, amarra y empaca.												█								
	Transporte a el área de confección													█							
	Confección de las prendas														█	█	█	█	█		
	Proceso de pulido e inspección de las prendas, su calidad y requerimientos específicos.																			█	
	Empaque de las prendas ya terminadas (empaque final).																				█

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

Proceso de compras y despachos: se realiza un proceso administrativo donde se dirigen, controlan, evalúan, suministran e inspeccionan los procesos de compras de materias primas e insumos y los procesos de despachos del producto final y la mercancía a los clientes o consumidores. Se hace dirigiendo y siguiendo cada uno de los pasos involucrados en estos procesos donde se evalúan factores y variables que intervienen en el mismo proceso y que pueden afectar el rendimiento y la calidad el mismo. Se hace con personal capacitado para realizar análisis e informes que ayuden y complementen el buen desarrollo de dichos procesos y la toma de decisiones. Se hace en las instalaciones de la empresa, y se lleva a cabo cada mes.

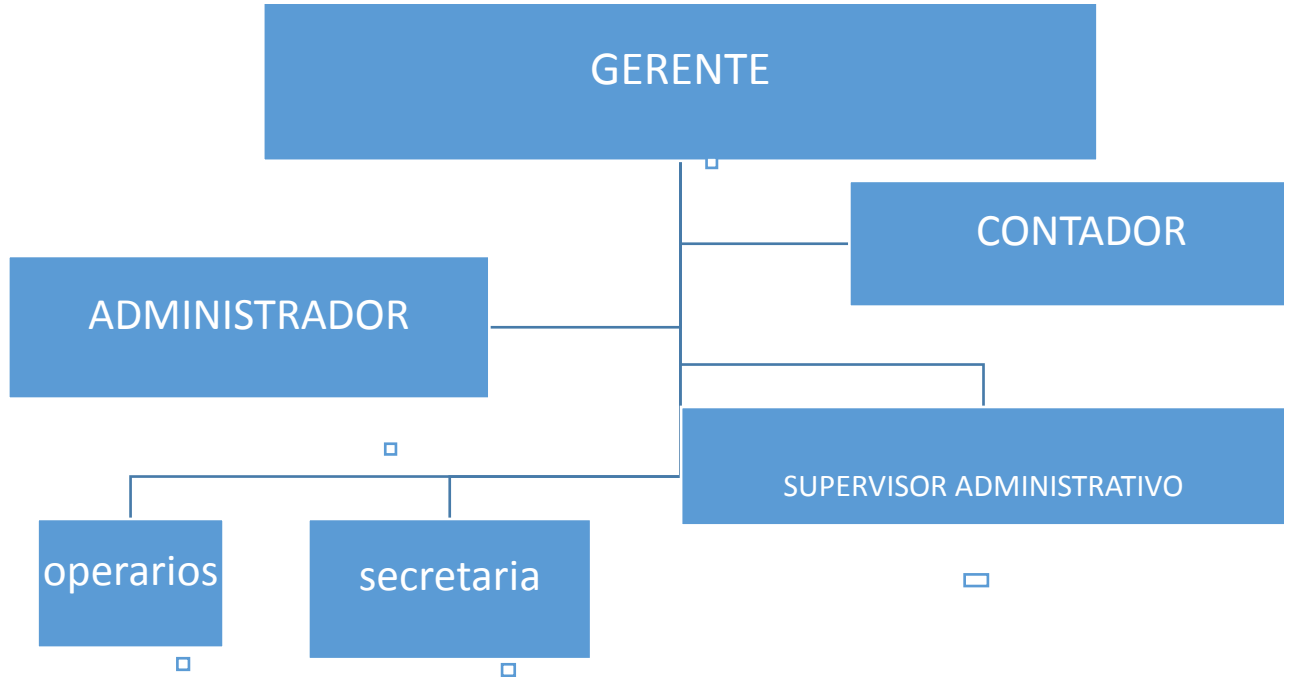
Proceso de producción (confección): el gerente de la compañía realiza diariamente un proceso administrativo en la planta de producción donde se dirige, controla, evalúa, analiza e inspecciona todo el proceso productivo y de fabricación de las prendas. Garantizando la calidad y el cumplimiento de los tiempos estipulados. El gerente hace este proceso personalmente dirigiendo y vigilando a cada uno de los operarios. Este proceso se hace en la planta de producción. El gerente realiza este proceso a diario a lo largo del día y durante todo el proceso de producción.

Proceso de facturación y cartera, este proceso consiste en la realización de la facturación de acuerdo a cada uno de los pedidos de los diferentes clientes, la factura se emite al momento del despacho. El cobro de cartera se realiza con base en los acuerdos de pago pactados con cada uno de los clientes, la secretaria de la empresa es la encargada de esta labor y es supervisada por la parte contable de la empresa, quien realiza auditoria a este proceso de manera mensual.

Proceso contable, la contabilidad se realiza por prestación de servicios con una firma consultora, el costo es de 1 salario mínimo legal vigente, se encargan de la elaboración de la nomina de los empleados, de los cálculos de toda la parte tributaria y del análisis de costos y presupuestos

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama



6.2.2 Descripción funcional de la Organización

GERENTE: dirigir la compañía en general, apoyándose del supervisor administrativo y la administradora. Tomar las decisiones de la empresa, disponer de los recursos necesarios para las operaciones de compras, producción, administración, ventas, entre otras.

SUPERVISOR ADMINISTRATIVO: recibir informes del administrador, informar los aspectos importantes al gerente. Revisar y controlar todos los procesos en la empresa. Coordinar las operaciones y procesos de la planta. Distribuir y controlar las funciones de los operarios. Velar por el cumplimiento de los requisitos de calidad en los procesos.

ADMINISTRADOR: velar por que el producto salga con las características y especificaciones adecuadas. Asegurarse de que los operarios cumplen con las funciones estipuladas por el supervisor. Tomar y controlar tiempos de operación en la cadena productiva. Administrar los documentos necesarios de los operarios y los procesos.

SECRETARIA: Es la encargada de la facturación, el proceso de cartera, las comunicaciones entre los proveedores y clientes, se encarga de la recepción tanto de llamadas como de documentación y su debido direccionamiento a las personas a las cuales van dirigidas.

CONTADOR: se encarga de la organización, causación y contabilización de los documentos soportes de todas las transacciones de la empresa, realiza los informes financieros y de toda la parte tributaria de la empresa, así como también de realizar la nómina de los empleados de manera mensual.

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

La administración y todos los procesos que esta conlleva son realizados en las instalaciones de la empresa VRIZNA ya existentes, el gerente y los administradores llevan sus procesos en la planta.

6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

En el punto 5.5.2 de este documento se indicó los equipos y requerimientos de equipos, software, muebles y enseres que posee la empresa actualmente en su planta, los cuales son los mismos para toda la empresa, tanto para la planta de producción como para los procesos administrativos.

Equipo de cómputo con un valor total de \$2.100.000 y una impresora multifuncional con un valor de \$1.400.000

En el aspecto muebles y enseres con valor total de \$7.290.000, donde está incluido: 5 mesas, 33 canastas, 2 extintores, 2 fogones, comedor con sus sillas, varios

6.3.3 Requerimientos de servicios.

Los servicios requeridos para la administración son los mismos que actualmente posee la empresa en sus instalaciones, ya que los procesos administrativos se llevan a cabo allí mismo.

Descripción	Proveedor	Precio
Servicios públicos (incluye: agua, luz, teléfono, gas, internet)	EPM, UNE	\$ 420000 /Mes
Vigilancia	MIRO	\$ 638000 anual
Mantenimiento y aseo	Independiente	\$ 300000 mensual
Mensajería	Independiente	\$ 300000 mensual

6.3.4 Requerimientos de personal

Cargo	Perfil	Cantidad	Tipo de contrato	Salario	Prestaciones	Funciones y responsabilidades

administrador	Bachiller	1	A término indefinido	Salario mínimo legal vigente \$644350	Auxilio de transporte: \$ 74000 Prestaciones sociales: \$161428	Administrar, controlar, evaluar, verificar, aprobar todo el proceso de producción.
Contador	Profesional	1	Prestación de servicios	\$500.000	NO APLICA	Llevar a cabo todo el proceso contable, según las normas establecidas.
Secretaria	Bachiller	1	Termino indefinido	\$644.350	Auxilio de transporte \$74.000 prestaciones sociales \$161.428	encargada de la facturación, el proceso de cartera, las comunicaciones entre los proveedores y clientes, se encarga de la recepción tanto de llamadas como de documentación y su debido direccionamiento a las personas a las cuales van dirigidas

6.4 Programa de administración

Actividades Pre operativas: capacitación del personal principalmente los altos directivos: el gerente, la administradora, y el supervisor administrativo. Para que puedan enfocar bien sus objetivos y directrices en los procesos.

Actividades operativas: velar porque toda la documentación necesaria para la exportación se encuentre lista a tiempo, así como supervisar los tiempos de entrega de proveedores y los de entrega de producto de acuerdo a la negociación pactada

7. ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

La organización en la que estamos basando nuestro proyecto de exportación y plan de negocios es una empresa legalmente constituida, con denominación CONFECIONES SANDRA ECHAVARRIA S.A.S., Régimen Común.

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

La empresa ya cuenta con registro de exportador ante la Dian, por lo cual este trámite no tendría que volverse a hacer.

El certificado de origen, permite obtener beneficios o preferencias arancelarias en los países con los cuales tiene acuerdos o tratados de libre comercio, este certificado se debe obtener para cada exportación y es un documento que expide el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Colombiano y el cual tiene una duración o vigencia de 1 o 2 años.

Para el caso particular de la exportación que se está evaluando el tipo de criterio de origen seria el G2 México código 256.

8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

INVERSION TOTAL EXIGIBLE	\$ 28.056.289	INVERSIÓN TOTAL DISPONIBLE	\$ 28.056.289
---------------------------------	----------------------	-----------------------------------	----------------------

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO		
Ventas		Participación del total Ventas
Pantalón deportivo dama fibras inteligentes	\$ 45.000.000,0	100,00%
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 45.000.000,0	100,00%

8.2.2 Egresos

8.2.2.1 Inversiones

Inversiones	Exigibles (Valor)	Disponibles	Requerimiento Financiero
Activos Fijos	\$ 0,0	\$ 0,0	\$ 0,0
Gastos Preoperativos	\$ 12.000.000,0	\$ 12.000.000,0	\$ 0,0
Capital de Trabajo	\$ 16.056.288,9	\$ 16.056.288,9	\$ 0,0

8.2.2.2 Costos

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Tela suplex inteligente absorbente	\$ 25.891,20	0,80	1	\$ 20.712,96
Hilo nylon	\$ 25.241,60	0,01	1	\$ 201,93
Bolsa	\$ 300,00	1,00	1	\$ 300,00
Marquilla	\$ 50,00	1,00	1	\$ 50,00
Etiqueta	\$ 150,00	1,00	1	\$ 150,00
Elastico	\$ 237,00	0,60	1	\$ 142,20
Transporte terrestre interno (MDE-CTG)	\$ 750,00	1,00	1	\$ 750,00

Seguro interno	\$ 172,00	1,00	1	\$ 172,00
Proceso de aduana	\$ 533,69	1,00	1	\$ 533,69
Gastos portuarios	\$ 80,00	1,00	1	\$ 80,00
Flete internacional	\$ 943,49	1,00	1	\$ 943,49
seguro internacional	\$ 191,25	1,00	1	\$ 191,25
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 24.227,52

COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN MENSUALES

Salarios	\$ 2.577.400
Prestaciones Sociales	\$ 644.712
Servicios	\$ 68.000
Mantenimiento	\$ 24.279
Aseo	\$ 24.279
Vigilancia	\$ 8.600
Otros (servicio de mensajería)	\$ 48.558
TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 3.395.828

8.2.2.3 Gastos

Gastos Administrativos y legales

COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES

Salarios	\$ 312.892
Prestaciones Sociales	\$ 78.262
Papelería	\$ 4.046
Mantenimiento (Equipos de Oficina)	\$ 4.046
Seguros	\$ 24.179

Imprevistos	\$ 42.343
Otros (por servicios de contaduría)	\$ 80.932
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 546.700

Gastos Amortización de diferidos

Gastos Preoperativos				
Gastos Preoperativos Exigibles	Valor	Amortización	Gastos Preoperativos Disponibles	Valor
Constitución y registro	\$ 0,0	\$ 0,0	Constitución y registro	\$ 0,0
Diseño organizacional	\$ 0,0	\$ 0,0	Diseño organizacional	\$ 0,0
Presentación y Promoción	\$ 7.000.000,0	\$ 116.666,7	Presentación y Promoción	\$ 7.000.000,0
Estudios financieros	\$ 0,0	\$ 0,0	Estudios financieros	\$ 0,0
Investigación y estudios	\$ 0,0	\$ 0,0	Investigación y estudios	\$ 0,0
Salarios	\$ 0,0	\$ 0,0	Salarios	\$ 0,0
Costos financieros	\$ 0,0	\$ 0,0	Costos financieros	\$ 0,0
Viaje y representación	\$ 0,0	\$ 0,0	Viaje y representación	\$ 0,0
Costos de Capacitación	\$ 0,0	\$ 0,0	Costos de Capacitación	\$ 0,0
Honorarios de Asesores	\$ 0,0	\$ 0,0	Honorarios de Asesores	\$ 0,0
Publicidad y Promoción	\$ 5.000.000,0	\$ 83.333,3	Publicidad y Promoción	\$ 5.000.000,0
Puesta en Marcha	\$ 0,0	\$ 0,0	Puesta en Marcha	\$ 0,0
Otros (Especificar)	\$ 0,0	\$ 0,0	Otros Gastos	\$ 0,0
Adecuaciones Locativas	\$ 0,0	\$ 0,0		\$ 0,0
Gastos de Registro	\$ 0,0	\$ 0,0		\$ 0,0
Certificados de salud y Bomberos	\$ 0,0	\$ 0,0		\$ 0,0
	\$ 0,0	\$ 0,0		\$ 0,0
Total Gasto Preoperativos Exigibles	\$ 12.000.000,0		Total Gasto Preoperativos Disponible	\$ 12.000.000,0
Toatal Amortización Mensual		\$ 200.000,0		

8.3 Estados Financieros Proyectados

8.3.1 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA (ANUAL - 5 AÑOS) y EVALUACIÓN FINANCIERA

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 540.000.001	\$ 584.010.001	\$ 631.606.816	\$ 683.082.771	\$ 738.754.017
- Costos variables		\$ 290.730.274	\$ 302.359.485	\$ 314.453.864	\$ 327.032.019	\$ 340.113.300
- Costos fijos		\$ 47.310.330	\$ 49.202.743	\$ 51.170.853	\$ 53.217.687	\$ 55.346.395
Costos fijos de Producción		\$ 40.749.936	\$ 42.379.933	\$ 44.075.131	\$ 45.838.136	\$ 47.671.661
Costos fijos de Administración		\$ 6.560.394	\$ 6.822.810	\$ 7.095.722	\$ 7.379.551	\$ 7.674.733
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000
- Intereses Credito		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 199.559.397	\$ 230.047.773	\$ 263.582.098	\$ 300.433.065	\$ 340.894.323
- Impuestos	\$ 0	\$ 65.854.601	\$ 75.915.765	\$ 86.982.092	\$ 99.142.912	\$ 112.495.127
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 133.704.796	\$ 154.132.008	\$ 176.600.006	\$ 201.290.154	\$ 228.399.196
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 18.783.587
Préstamos	\$ 0					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 18.783.587
Valor de Salvamento						\$ 0
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 28.056.289	\$ 642.252	\$ 667.942	\$ 694.659	\$ 722.446	\$ 0
Activos Fijos	\$ 0					
Pago Credito (Capital)		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 12.000.000					
Capital de Trabajo	\$ 16.056.289	\$ 642.252	\$ 667.942	\$ 694.659	\$ 722.446	
FLUJO DE CAJA	-\$ 28.056.289	\$ 135.462.544	\$ 155.864.066	\$ 178.305.347	\$ 202.967.708	\$ 249.582.783

Tasa Interna de Rentabilidad esperada	41,09%
Valor Presente Neto	305.611.196
Tasa Interna de Retorno	497,66%

8.4 Evaluación financiera del proyecto

8.4.1 Valor Presente Neto y Tasa Interna de Retorno

Valor Presente Neto	305.611.196
Tasa Interna de Retorno	497,66%

8.4.2 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Cambio Porcentual en las Ventas	-76,00%
Tasa de Retorno	2,91%
Valor Presente Neto	462.509
Tasa Interna de Retorno	3,17%

8.4.3 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Cambio Porcentual en el Precio	-34,00%
Tasa de Retorno	2,91%
Valor Presente Neto	1.047.333
Tasa Interna de Retorno	3,30%

9. CONSIDERACIONES FINALES

Según los estudios realizados para evaluar la viabilidad de la exportación de Pantalones Deportivos para Dama con Fibras Inteligentes, hacia México, podemos llegar al siguiente análisis:

México realmente es el país ideal para este tipo de exportación, tanto por su situación socioeconómica, como por los tratados de libre comercio que tenemos, además que la industria textil Colombiana ya es referente en México por su calidad, precio y capacidad de producción.

Teniendo en cuenta que este proyecto está dirigido a una empresa ya existente, la cual cuenta con toda la parte logística, administrativa y de producción ya instalada, el costo por exportación sería realmente bajo, lo que le da a nuestro producto una rentabilidad alta, aun cuando las ventas sean menores que las esperadas.

En los aspectos legales la inversión es baja, puesto que contamos con beneficios arancelarios y es un producto que no requiere registros ni permisos de ingreso al país destino.

El análisis financiero arroja como tasa interna de retorno una rentabilidad del 497.66% de una rentabilidad esperada del 41.09% lo que deja unos ingresos de \$305.611.196 por encima de los esperados. Basados en el análisis de sensibilidad podemos concluir que aunque los precios y las ventas bajen en porcentajes altos, no afecta la rentabilidad, pues sigue siendo viable.

Después de haber elaborado este estudio, que comprende tanto la parte productiva, administrativa de mercadeo y financiera, se puede evidenciar que es realmente viable expandir los horizontes de la empresa hacia el mercado internacional con México, ya que es el destino más viable no solo por el mercado que se está generando en este país, sino también por su estabilidad política y económica, por los beneficios arancelarios que tenemos por el tratado del G2, por la calidad de

los distribuidores (clientes) y la calidad del producto que se desea exportar, ya que sería innovador en este País que no cuenta con empresas que exploten este tipo de productos. Además es de notar que la empresa ya cuenta con los recursos operativos, administrativos y financieros para llevar a cabo el proyecto de exportación por lo cual no se requeriría de inversiones adicionales para la producción y exportación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografías sector entorno [http://www.supersociedades.gov.co/Documents/Informe-Sector-](http://www.supersociedades.gov.co/Documents/Informe-Sector-Textil-Oct152013.pdf)

Textil-Oct152013.pdf <http://html.rincondelvago.com/sector-textil.html>

<http://www.usergioarboleda.edu.co/tlc/tratados-libre-comercio-colombia.htm>

<http://www.inviertaencolombia.com.co/sectores/manufacturas/textil-y-confeccion.html>

<http://www.supersociedades.gov.co/Documents/Informe-Sector-Textil-Oct152013.pdf>

<http://www.inexmoda.org.co/Laferia/Datosdeutilidad/tabid/180/language/en-US/Default.aspx>

<http://www.procolombia.co/noticias/sector-colombiano-textil-confecciones-tiene-oportunidades-con-la-alianza-del-pac%C3%ADfico>

http://www.camaramedellin.com.co/site/DesktopModules/Bring2mind/DMX/Download.aspx?Command=Core_Download&EntryId=64&PortalId=0&TabId=515

<http://www.eltiempo.com/colombia/medellin/acceso-abierto-en-colombiatex-de-las-americas-/15104156>

<http://gladiseichau.jimdo.com/2013/01/24/caracter%C3%ADsticas-de-la-ropa-deportiva/>

http://www.nike.com/mx/es_la/c/sportswear/fc <https://www.babalufashion.com/es/babalu>

<http://www.adidas.co/> http://www.reebok.co/dance-7%2F8-tight/Z79311_540.html

<http://fannya.com/pants-deportivos.html> <http://www.high-impact-mex.com/tienda/index.php?>

<http://listado.mercadolibre.com.mx/leggings-lycra> <http://www.mbgспорт.com.mx/ropa/para-dama/>

http://www.procolombia.co/sites/default/files/Relaciones_entre_Colombia_y_Mexico_Exportaciones.pdf

<http://www.antioquia.gov.co/index.php/prensa/historico/8425-medellin-y-antioquia-lideres-en-colombia-del-sector-textil-y-de-confeccion->

<http://encolombia.com/economia/info-economica/algodon/industriatextil/>

<http://wits.worldbank.org/default.aspx>

<http://www.dane.gov.co/>

<http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/documento-completo-estudio-de-mercado-sector-textil-confecciones-colombia-2012-actualizado-legisocmex.pdf>

<http://colombiatrade.com.co/sites/default/files/Perfil%20Colombia%20para%20portal%20Colombiatrade.pdf>

http://www.colombiatrade.com.co/sites/default/files/perfil_de_logistica_desde_colombia_hacia_mexico.pdf

<http://www.inviertaencolombia.com.co/sectores/manufacturas/textil-y-confeccion.html>

<http://www.supersociedades.gov.co/Documents/Informe-Sector-Textil-Oct152013.pdf>

<http://www.inexmoda.org.co/Laferia/Datosdeutilidad/tabid/180/language/en-US/Default.aspx>

<http://www.procolombia.co/noticias/sector-colombiano-textil-confecciones-tiene-oportunidades-con-la-alianza-del-pac%20ADfco>

Anexo N°1.

Cotizaciones

>> ADUANA DE EXPORTACION MARITIMA

=> Comisión Ad Valorem sobre el valor FOB x despacho 0,4% Mínimo COP 268.000 + IVA

=> Elaboración y trámite DEX COP 55.000 + IVA

=> Comunicaciones COP 45.000 + IVA

=> Elaboración Certificado de Origen (Si lo requiere) - COP 55.000 + IVA

=> Se deben cobrar los precintos por valor de COP 8.400 C/U , habitualmente se colocan dos por equipo

=> Manejo Archivo \$ 22.600 + IVA

=> Gastos portuarios, almacenaje, preinspección y courier Al Costo

TRANSPORTE TERRESTRE DESDE MEDELLIN HASTA CARTAGENA CONSOLIDADO

COP 750.000

flete internacional Cartagena - Veracruz

USD 57 T/M3 ,minima USD 150 x HBL

BL USD 110 (incluyedocfee) x HBL

Consolidacion 18 USD T/M3 min 60 x HBL

coordinacion de embarque : usd 50 x embarque

seguro internacional : 0.4 % sobre el valor asegurado

obtencion de poliza 25 usd

minimausd 50

Cotización N°2.



Mérida, 24 de Septiembre de 2014.
 Cotización PCL AAC-034

Señor
Kevin Valdezano
CONFECCIONES SANDRA SCHAVARRIA

Apreciado señores,

Atendiendo su amable solicitud, a continuación encontrará tarifa en el formato y modalidad solicitada:

UNIDAD	ORIGEN	DESTINO	LÍNEA AEREA OPERADORA	PAIS DESTINO	DE	FRECUENCIA	CARGO	SERVIDO	FECHAS	
									Inicio	Fin
KG	CAJAMARCA	VENECIA	TONYON	USA 33	4	SEMANAL	INCLUIDO	DIRECTO	13-sep-14	30-sep-14
			MINIMO	USA 110						

CARGOS EN DESTINO		
CONCEPTO	TARIFA	UNIDAD DE CARGO
DOCUMENTACION	USD 30	Por empaque
COSEGURO	USD 12.150/M3 USD 40	Por empaque
ALMACENAJE	USD 3.150/M3	Por empaque
ESPECIAL	A CICLO MENSA USD 33	Por empaque
SPIC	USD 33	Por empaque
GRUPO	MIN USD 40	Por empaque

OBSERVACIONES IMPORTANTES:

Reservas en origen sujetas a IVA.

Las facturas de servicios deben ser presentadas una hora más tarde entre la TMI del día de cancelación más \$20 y la TMI relacionada en la factura.

Tarjetas de transferencias y etiquetas o material por parte de las líneas aéreas.

En caso de requerir seguro este debe ser solicitado específicamente y por escrito.

Se recomienda reconfirmar las tarifas en el momento de realizar el embarque cuando este se realice una fecha de vencimiento de la presente oferta. Para lo tanto las unidades tarifas están sujetas a cambios de precio según los determinen las compañías de transporte (aerolíneas y aerolíneas).

El IVA sujeto a cambios en el momento del embarque.

Mencionado en CIMA, DEA o donde se realice el transporte terrestre nacional con un valor mayor a \$100.000.000 deberá contar con servicio de escolta por exigencia de la legislación.

El importador o exportador asumirá el costo de las comisiones en los documentos de transporte y los costos adicionales que se generen por los errores en la información.

Tasasmente se emitirán documentos de transporte originales, en destino, al mundo agente en el exterior lo recibirá instrucciones previas de su proveedor. El costo por emisión documental en destino es USD 30/BL + IVA.

Para tener en cuenta que nuestra responsabilidad y compromiso, no perdidos cuando los que tiene punto con nosotros las empresas preexistentes controlados por nosotros o nuestros agentes, involucrados en cada uno de los embarques.

Tasasmente se emitirán documentos de transporte originales, en destino, al mundo agente en el exterior lo recibirá instrucciones previas de su proveedor. El costo por emisión documental en destino es USD 30/BL + IVA.

El costo de las contingencias en el interior del país, está sujeto a la disponibilidad de espacio en los palcos de las líneas aéreas y según consultamos del proveedor.

Reflexiona nuestro compromiso de prestar el mejor servicio y que esta cotización se ajuste a sus requerimientos.

Cordialmente,

Aleida Aboleda Caro
 Comercial Junior
 Celular 318 310 0220
www.a&fcargo.com
 Skype comercial_aycargo

DEFINICION PRECIO CIF

* Valor EXW de la mercancía:

Por unidad

Costo de fabricación del pantalón deportivo para dama: \$ 21557.09

Valor EXW por unidad: \$ 21557.09

Valor EXW Total de la mercancía (1000 unidades): \$ \$ 21.557.090

* La mercancía se va a exportar como carga suelta. 8 cajas de 50cm largo, 48cm ancho, 50cm alto cada una; y un peso cada una de 35.45kg.

Peso de la carga: 238.6kg

Volumen de la carga: 0.96m³

TRANSPORTE TERRESTRE DESDE MEDELLIN HASTA CARTAGENA CONSOLIDADO

COP 750.000

> VALOR EXW DE LA MERCANCIA + :

+ TRANSPORTE TERRESTRE DESDE MEDELLIN HASTA CARTAGENA CONSOLIDADO

COP 750.000

+ Seguro interno: 0.7% valor asegurado (min \$ 120000)

> Valor EXW mercancía: \$ 21.557.090

> Flete interno (transporte terrestre) \$ 750000

\$ 22.307.090

+

Gastos adicionales 10% \$ 2.230.709

Valor a asegurar \$ 24.537.799

> Tasa x 0.7%

Prima= \$ 171.764,59

* PROCESOS DE ADUANA EXPORTACION

=> Comisión Ad Valorem sobre el valor FOB x despacho 0,4% Mínimo COP 268.000 + IVA

=> Elaboración y trámite DEX COP 55.000 + IVA

=> Comunicaciones COP 45.000 + IVA

=> Elaboración Certificado de Origen (Si lo requiere) - COP 55.000 + IVA

=> Se deben cobrar los precintos por valor de COP 8.400 C/U, habitualmente se colocan dos por equipo

=> Manejo Archivo \$ 22.600 + IVA

Comisión \$ 310880

DEX: \$ 63800

Comunicaciones: \$ 52200

Certificado de Origen: \$ 63800

Precintos: \$ 16800

Manejo de archivo: \$ 26216

TOTAL PROCESOS DE ADUANA \$ 533696

* Costos en puerto: => Gastos portuarios, almacenaje, preinspección y courier Al Costo

Gastos Portuarios (cargue, descargue, movilización para inspección) = \$ 80000

> VALOR FOB DE LA MERCANCIA:

Valor EXW de la mercancía + transporte interno (terrestre) + seguro interno (prima) + procesos de aduana para exportación + costos en puerto (manipuleo):

FOB \$ 23.092.551

TRM día viernes 29 mayo 2015: \$2549.96

FOB USD = \$ 23.092.551/2549.96 = FOB USD 9.056

> PRECIO CIF

* flete internacional Cartagena - Veracruz

USD 57 T/M3, mínima USD 150 x HBL

* BL USD 110 (incluye doc fee) x HBL

* Consolidación 18 USD T/M3 min 60 x HBL

* coordinación de embarque : usd 50 x embarque

* seguro internacional : 0.4 % sobre el valor asegurado

Obtención de póliza 25 usd (mínima usd 50)

> flete internacional: usd 150

> BL: usd 110

> Consolidación: usd 60

> Coordinación de embarque: usd 50__

Valor flete internacional: usd 370

SEGURO INTERNACIONAL:

> Valor asegurado trayecto interno:

COP 24.537.799/ TRM día 2549.96 = USD 9622,82 +

> Flete internacional: USD 370_

USD 9992,8 +

Gastos adicionales 10% USD 999,28

Valor asegurado: USD 10992,10 x

> Tasa 0.4%

Prima USD 43,97

Se paga la tarifa mínima de USD 50

* Obtención de la póliza= usd 25

Valor Total del seguro internacional= USD 75

> PRECIO CIF DE LA MERCANCIA

Valor FOB de la mercancía + Flete internacional + seguro internacional

= USD \$ 9.056 + USD 370 + USD 75

PRECIO CIF DE LA MERCANCIA: USD 9.501