



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES
TECNOLOGÍA EN COMERCIO INTERNACIONAL

SANTA LAU S.A.S

**INFORME DE TRABAJO FINAL PARA OPTAR AL GRADO DE TECNÓLOGO
EN COMERCIO INTERNACIONAL**

Jhon Fernando Morales Torres

Jonatan Londoño Cardona

Laura Ramírez Gómez

Profesor guía: Alejandra Marín Betancur

2016

Contenido

Agradecimientos	1
Capítulo i. información general de la empresa	4
Nombre de la empresa: Santa Lau	4
Marca: Santa Lau Premium	4
Descripción de la empresa	4
Razon social: ST LAURA	5
NIT: 811028375	5
Código CIU	5
Misión	5
Visión	6
Relación producto y/o servicio	6
Ventajas competitivas	9
Tramites y costos	10
Capítulo ii. Análisis del entorno y sector	11
Entorno	11
Sector industria	15
Factores claves de éxito del negocio	18
Barreras de ingreso o salida del sector	19
Competidores	19
Amenaza de nuevos productos sustitutos	20
Capítulo iii. Análisis del mercado	21
Objetivos del mercado	21
Objetivo a corto plazo	21
Objetivo a mediano plazo:	21
Objetivo a largo plazo:	21
EL MERCADO META DE LOS BIENES	21
Perfil del mercado potencial de bienes	23
Nivel de ingresos:	23
Edad:	23
Cuantificación de los clientes potencial de bienes	23
Mercado competidor	24

Mercado distribuidor	25
Distribucion a traves de terceros	25
Capitulo iv. Análisis comercio internacional	26
Tratados comerciales	26
Posiciones arancelarias y beneficios arancelarios	26
Arancel de importador	26
* Arancel de exportador	27
Requisitos y vistos buenos	27
Capacidad exportadora	28
Participación en ferias especializadas	28
Viáticos:	28
Hospedaje.....	28
Pasaje y transporte.....	29
Rutas de acceso	30
Liquidacion de precios exportacion	33
Gastos portuarios cotizados por Sucomex.....	35
Los medios de transporte son los siguientes:	38
Capitulo v. análisis técnico	39
Descripción del proceso de producción	39
Capacidad de producción	41
Plan de producción y ventas	41
Recursos materiales, maquinaria y humanos para la producción	42
Nota:.....	43
Maquina plana a-387	43
Humanos	43
Materiales	44
Hilo astra	45
Requerimientos de servicios	45
Capitulo vi. Análisis administrativo	46
Costo personal y procesos administrativos tercerizados.....	48
Locaciones de la empresa	49
Requerimientos de maquinaria, equipo, software, muebles y enseres.....	49

Requerimiento de materiales e insumos para la empresa	50
Capítulo vii. Análisis legal	53
Capítulo viii. Análisis financiero	56
Tasa de rentabilidad	56
Aportes de capital de los socios	58
Créditos y préstamos bancarios.....	58
Factores que influyen en la determinación de los precios de producto.....	61
Los precios de los productos se determinaron principalmente teniendo en cuenta los precios de venta de las empresas de la competencia para analizar en qué rango se puede vender los productos, no obstante la calidad fue importante para poder establecer un precio, y que competimos por medio de precios y calidad no podemos permitir que nuestros productos sean tan bajos en comparación de la competencia porque también se correría el riesgo de perder prestigio y de que se pierda confiabilidad de la calidad de la marca.....	61
Ingresos propios del negocio	62
Según el plan de ventas se estima vender al mes un promedio de 1.500 unidades de ropa interior femenina, teniendo en cuenta que la empresa comenzara primeramente con una etapa de iniciación durante tres meses con el fin de constituirse legalmente y empezar a realizar la etapa de mercadeo para alcanzar las ventas esperadas durante los próximos años.....	62
Inversiones	63
Costos fijos y variables	63
Flujo de caja y vpn	64
Estados financieros y analisis de sensibilidad	64
Analisis de sensibilidad.....	65
Balance	66
Flujo de caja, Indicadores.....	66
Estado de perdidas y ganancias proyectado.....	68
Flujo de caja proyectado	69
Evaluación Financiera.....	71
Vpn, tir, payback descontado.....	71
Trabajos citados	72

Agradecimientos

Agradecemos a Dios por permitirnos estar aquí y culminar una de las tantas metas que tenemos en nuestras vidas.

A la universidad de ESUMER por darnos la oportunidad de culminar la tecnología en comercio internacional.

A nuestras familias por brindarnos su apoyo en cada momento que nos sentíamos agotados y darnos ánimos para continuar.

Y a todas las personas que contribuyeron con este trabajo.

Introducción

El siguiente plan de negocios es para obtener nuestro titulo de tecnólogos en comercio internacional por la universidad ESUMER.

El siguiente plan de negocios consta de estudios de entorno tanto nacional como internacional, aspectos legales, financieros, procesos de maquila, estudios de mercado. Todo esto necesario para poder tener resultados positivos en la creación de una empresa.

Capitulo i. información general de la empresa

Nombre de la empresa: Santa Lau

Marca: Santa Lau Premium

Santa Lau está constituida como una empresa S.A.S, dado que esto se aplica mucho a los requerimientos y su constitución es mucho más fácil porque se puede crear mediante documento privado, lo cual le ahorra a la empresa tiempo y dinero, la responsabilidad de sus socios se limita a sus aportes, no se requiere establecer una duración determinada, por regla general no exige revisor fiscal, la SAS solo estará obligada a tener revisor fiscal cuando los activos brutos a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior, sean o excedan el equivalente a tres mil salarios mínimos y el trámite de liquidación es más ágil. No se requiere adelantar el trámite de aprobación de inventario ante la Superintendencia de Sociedades.

Descripción de la empresa

Santa Lau S.A.S es una empresa comercializadora, tiene proveedores que le suministran productos terminados y de esta manera se puede agilizar el proceso, es una empresa pequeña porque cuenta con menos de 10 trabajadores (8 exactamente) lo cual permite que se tenga un control de los procesos en un espacio pequeño, gracias a que no se necesitan muchos empleados se puede percibir una reducción de costos notablemente y gracias también a que no se necesita un espacio físico para la ejecución de procesos.

La ubicación de la empresa es en el Poblado porque es un lugar central y estratégico para realizar las funciones comerciales de la empresa.

La empresa tiene un local que cuenta con 3 pisos. En los dos pisos superiores se encontrará la bodega donde los empleados encargados almacenaran los bienes que la empresa ofrece; en el piso de abajo se localizará el local de venta o almacén, donde se comercializarán los bienes localizados en el stock de almacenaje

Razon social: ST LAURA

NIT: 811028375

Código CIIU: DIVISION 46. Comercio al por mayor y en comisión o por contrata, excepto el comercio de vehículos automotores y motocicletas.

4641 Comercio al por mayor de productos textiles, productos confeccionados para Uso doméstico.

Misión

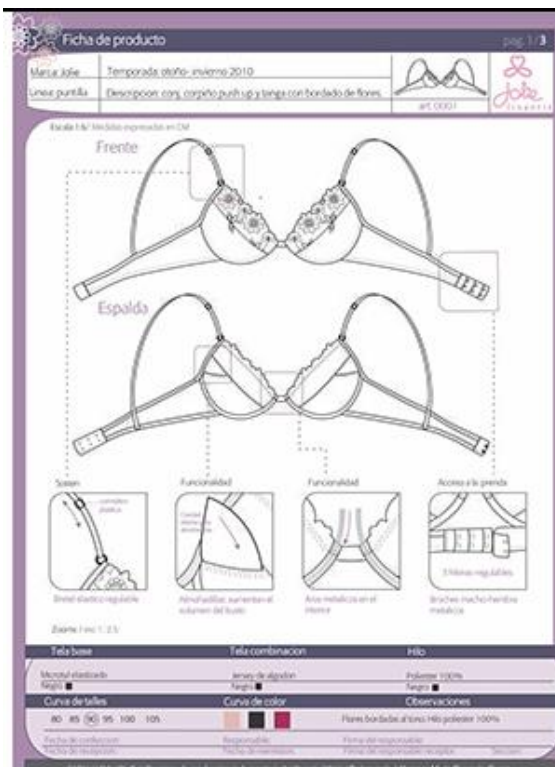
Ser la organización líder en el desarrollo, de comercialización de productos de excelente calidad, dentro de un mercado global, fortaleciendo nuestra marca ST LAURA y promoviendo el desarrollo integral de nuestro personal, clientes, proveedores, colaboradores y accionistas, logrando crecimiento, rentabilidad y solidez, con responsabilidad social.

Visión

En el 2021 ST LAURA se dará a conocer como una empresa sólida, fuerte y líder en el mercado de Estados Unidos específicamente en toda Florida, y contar con al menos dos estructuras más en ciudades importantes del país como lo son Medellín y Bogotá

Relación producto y/o servicio

La ropa interior de Santa Lau son prendas que permite que las mujeres tengan comodidad a la hora de lucir su cuerpo a la vez de tener unos diseños hermosos



Ficha de detalles constructivos

Temporada otoño-invierno 2010

Descripción: con cuerpo push up y tanga con bordado de flores.

art. 0001

Escala 1/6 Medida expresada en CM

Tela base	Tela combinacion	Hilo
Micror elástico	lino de algodón	poliéster 100%
Tejido	Tejido	Tejido
Curva de tallas	Curva de color	Observaciones
80 85 90 95 100 105	Flora bordado alrosa Hilo poliéster 100%	
Plancha de confección	Resistencia	Plancha del responsable
Plancha de confección	Plancha de confección	Plancha del responsable

FADU / IBA / Dyt / Técnicas de producción industrial 2 / Semestre 2011 / Tg Lencina / Alumna: María Florencia Curiu

Ficha de detalles constructivos

Temporada otoño-invierno 2010

Descripción: con cuerpo push up y tanga con bordado de flores.

art. 0001

Escala 1/6 Medida expresada en CM

Zooms / esc 1:2,5

FADU / IBA / Dyt / Técnicas de producción industrial 2 / Semestre 2011 / Tg Lencina / Alumna: María Florencia Curiu

Ficha de medidas

Temporada otoño-invierno 2010

Descripción: con cuerpo push up y tanga con bordado de flores.

art. 0001

Escala 1/6 Medida expresada en CM

Frente

Espalda

Tela base	Tela combinacion	Hilo
Micror elástico	lino de algodón	poliéster 100%
Tejido	Tejido	Tejido
Curva de tallas	Curva de color	Observaciones
80 85 90 95 100 105	Flora bordado alrosa Hilo poliéster 100%	
Plancha de confección	Resistencia	Plancha del responsable
Plancha de confección	Plancha de confección	Plancha del responsable

FADU / IBA / Dyt / Técnicas de producción industrial 2 / Semestre 2011 / Tg Lencina / Alumna: María Florencia Curiu

Ficha de medidas

Temporada otoño-invierno 2010

Descripción: con cuerpo push up y tanga con bordado de flores.

art. 0001

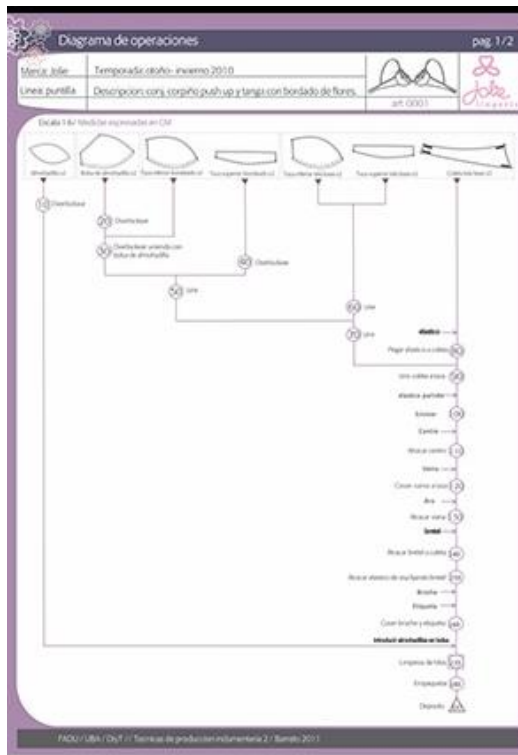
Escala 1/6 Medida expresada en CM

Frente

Espalda

Zooms / esc 1:2,5

FADU / IBA / Dyt / Técnicas de producción industrial 2 / Semestre 2011 / Tg Lencina / Alumna: María Florencia Curiu



Secuencia de operaciones						Secuencia de operaciones					
página 1/4						página 2/4					
Marca: Jolie Temporada otoño-invierno 2019		Linea: puntilla Descripción: corpiño push up y tanga con bonete de flores		ART: 00001		Marca: Jolie Temporada otoño-invierno 2019		Linea: puntilla Descripción: corpiño push up y tanga con bonete de flores		ART: 00001	
Paso nº	Descripción	Esquema	Maquina	Hilo	Muestra	Paso nº	Descripción	Esquema	Maquina	Hilo	Muestra
10	Overlockear almohadilla		Overlock 3 hilos	Poliéster		70	Unir la taza boneteada a la taza de tela base		Recta 2 agujas	Poliéster	
20	Overlockear bolita de almohadilla		Overlock 3 hilos	Poliéster		80	Pegar elastico a costura		Pegar elastico	Poliéster	
30	Overlockear taza inferior boneteada y bolita de almohadilla uniendo las por la parte sup.		Overlock 3 hilos	Poliéster		90	Unir coleta a teta		Recta 1 aguja	Poliéster	
40	Overlockear taza superior		Overlock 3 hilos	Poliéster		100	Pegar elastico partido a sisa		Mag. enhebradora	Poliéster	
50	Unir tazas boneteadas inferior y superior		Zig-zag	Poliéster		110	Cover centro		Mag. atracadora	Poliéster	
60	Unir taza inferior y superior (tela base)		Overlock 3 hilos	Poliéster		120	Cover vaina		Recta 2 agujas	Poliéster	
61	Encomar la taza boneteada a la taza de tela base		Manual			121	Ingresar anillo dentro de la vaina		Manual		
FADU / UBA / DUT / Técnicas de producción industrial 2 / Buenos Aires, 2011 / Tq. Lencina / Alumna: María Florencia Cuesta						FADU / UBA / DUT / Técnicas de producción industrial 2 / Buenos Aires, 2011 / Tq. Lencina / Alumna: María Florencia Cuesta					

Secuencia de operaciones						Secuencia de operaciones					
Marca: Jole		Temporada otoño-invierno 2018		art. 0001		Marca: Jole		Temporada otoño-invierno 2018		art. 0001	
Línea: puntilla		Descripción: corpij push-up y tanga con bordado de flores		art. 0001		Línea: puntilla		Descripción: corpij push-up y tanga con bordado de flores		art. 0001	
Paso nº	Descripción	Esquema	Máquina	Hilo	Muestra	Paso nº	Descripción	Esquema	Máquina	Hilo	Muestra
130	Atracar vaina.		Maq. atracadora	Póliester		180	Empaquetado		Manual		
140	Atracar brinle a coleta.		Maq. atracadora	Póliester		190	Deposito				
141	Insertar elastico de sisa dentro de la arandela.		Manual								
150	Atracar elastico a toda fijando el brinle.		Maq. atracadora	Póliester							
160	Cover broche y etiqueta a coleta.		Maq. atracadora	Póliester							
161	Introducir las almohadillas en las bolsos.		Manual								
170	Limpieza de hilos.		Manual								

Ventajas competitivas

Un factor que caracteriza la marca Santa Lau Premium es que además de tener una alta calidad se tendrá unos precios asequibles, tiene unos diseños innovadores que permiten que las mujeres que usen esta ropa interior puedan fusionar sus atributos con una ropa interior que refleja su elegancia.

Una ventaja competitiva que se tiene en el mercado de Estados Unidos (específicamente en Florida) es que se tienen unos precios muy altos en su mayoría para la ropa interior, lo que es una oportunidad para la empresa Santa Lau, porque aparte de que es una empresa que da buenos precios a una alta calidad se puede percibir que una gran parte de los habitantes de Florida son Latinos, por lo cual se sentirán identificados por la marca, ya que

muchas personas sienten identidad étnica tanto por su país como por su región lo que impulsa a algunos consumidores de la demanda a ser más atraídos por este tipo de marcas, no menos importante va dirigido a hacer una campaña no discriminatoria, en donde se ofertan productos únicamente para mujeres que tengan cuerpos perfectos, también se dirige a mujeres de tallas grandes.

Tramites y costos

TRAMITE	DESCRIPCION	COSTO	U	M	A	DIAS DE TRAMITE
REGISTRO MERCANTIL	La Matrícula Mercantil es un medio de identificación del comerciante y de su establecimiento de comercio, así como medio de prueba de existencia de uno y de otro.	101.000			x	1

RUT	constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyentes	GRATIS	X			1
-----	---	--------	---	--	--	---

Capítulo ii. Análisis del entorno y sector

Entorno.

El tema cultural tanto Colombia como estados unidos son países con diversidad, ya que en estos países los migrantes ocupan gran parte de la población más que todo en el país norte americano donde llegan personas de cualquier parte del mundo. Al hablar de estados

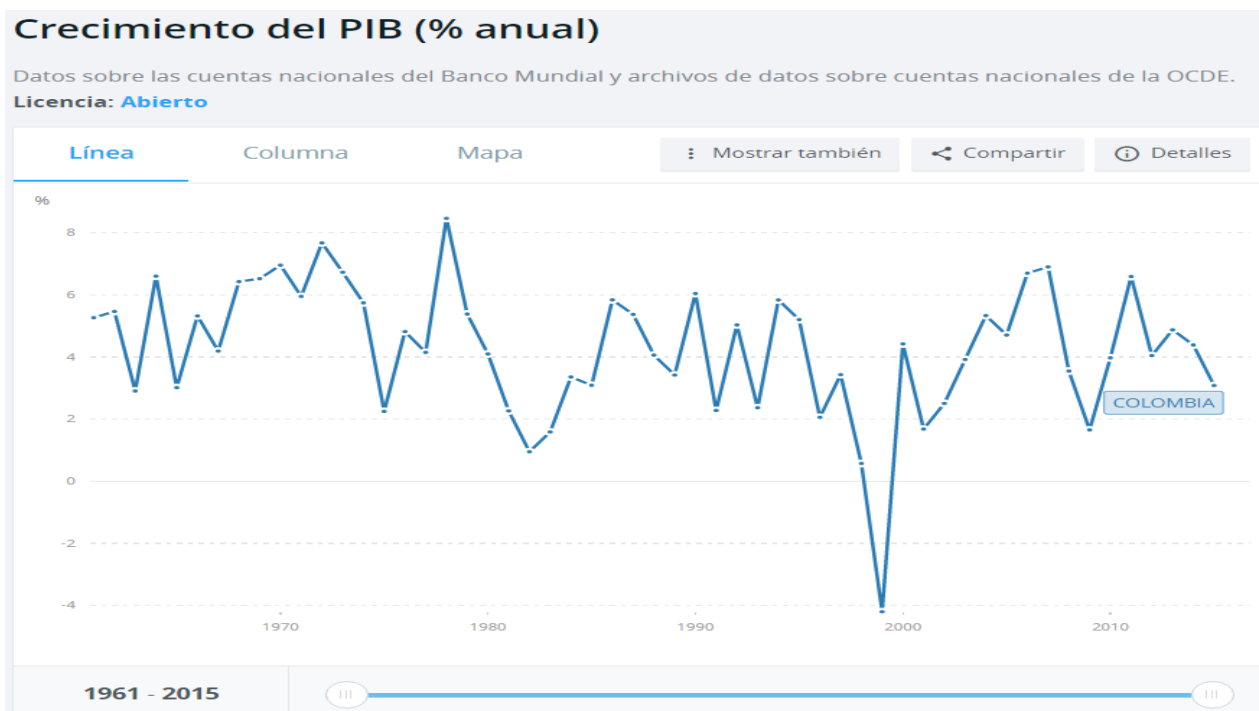
unidos podríamos decir que es un país que cuenta con mucha diversidad en la mayoría de aspectos tales como la variación de su clima el cual cambia dependiendo del lugar en que la persona se encuentre y también variedad en su geografía.

Aunque Colombia también es un país multi cultural el fenómeno de inmigrantes no es tan notorio dado que muchos llegan a Colombia para poder pasar a los otros países con el sueño e llegar a los estados unidos. En cuestión de clima y geografía Colombia también tiene una amplia.

En cuanto al costo y la calidad de vida los dos países tienen una diferencia abismal. Esto se debe a que estados unidos ofrece una muy buena calidad de vida a sus habitantes un ejemplo de esto es en la vivienda, educación y salud. Esto puede ser consecuencia de que es la primera potencia mundial, mientras que Colombia un país tercermundista el cual brinda a sus habitantes una mediana calidad de vida a un costo muy alto y es un país donde no todos tienen la oportunidad de tener una vida digna, educación y en muchos casos ni servicios de salud.

En cuanto al ámbito político también son dos países diferentes en su conformación dado que estados unidos cuenta con estados y cada uno tiene sus leyes mientras que en Colombia todos los departamentos se rigen por la misma ley, aunque en los dos rige la democracia y el capitalismo lo que es muy positivo a la hora de hacer negocios, dado que los riesgos no serán demasiados. También algo positivo en estos dos países es que los dos en este momento de crisis ambiental están buscando ayudar el planeta implementando nuevas leyes a los países que deseen penetrar sus mercados, un ejemplo de esto son los requisitos

mínimos en cuestión de sostenibilidad ambiental que estados unidos y Colombia integraron en la firma del TLC.



(banco mundial)



(banco mundial)

En cuanto a la economía de estos dos países se podría decir que aunque la colombiana es una economía estable, ha tenido sus altibajos producto de la devaluación de su moneda, y mientras esta economía tercermundista asume las crisis como puede, economías de países grandes como la estadounidense día tras día se fortalecen y se consolidan lo que hace más apetecido este país. Esto también se puede ver reflejado en cuestión de tecnologías, ya que a Colombia no tener una economía mejor no puede invertir en investigaciones ni maquinaria para sí optimizar procesos y ser más competitivos en el mercado, mientras que en países como Estados Unidos la inversión en tecnología e investigaciones tienen mayor aporte para así mejorar cada día.

Sector industria

La empresa está ubicada en el sector, comercializador, aunque indirectamente también en el textil. En Colombia el sector textil año tras año hace su aporte positivo al PIB colombiano, aunque en los últimos dos años no ha registrado mayor porcentaje en general, si nos concentramos en el sector solo se pudo observar que ha tenido un crecimiento del 1%, ya que para el año 2014 el aporte fue el 0.2%, para el año 2015 fue del 1.2% lo que refleja un crecimiento positivo.

Comportamiento del PIB por Ramas de Actividad Económica 2015 - Cuarto trimestre

Ramas de actividad	Variación porcentual - Series desestacionalizadas		
	Variación porcentual (%)		
	Anual	Trimestral	Año Total
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	4,8	1,1	3,3
Explotación de minas y canteras	-1,4	-0,7	0,6
Industria manufacturera	4,0	0,9	1,2
Suministro de electricidad, gas y agua	4,0	0,2	2,9
Construcción	4,3	0,8	3,9
Comercio, reparación, restaurantes y hoteles	3,6	0,7	4,1
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	0,5	-1,0	1,4
Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas	4,2	1,0	4,3
Actividades de servicios sociales, comunales y personales	3,4	1,0	2,9
Subtotal valor agregado	3,2	0,7	3,0
Impuestos menos subvenciones sobre la producción e importaciones	3,5	0,8	4,0
PRODUCTO INTERNO BRUTO	3,3	0,6	3,1

(dinero,

2016)



(País, 2015)

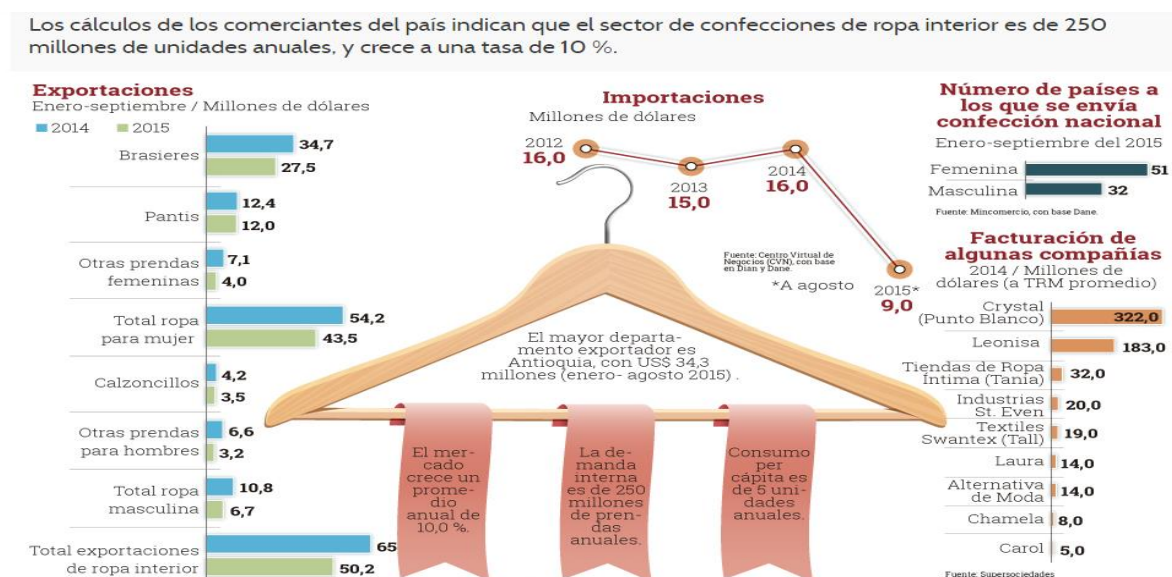
El sector de la ropa interior colombiana cada día gracias al precio del dólar se va volviendo más atractivo. Esto se debe a que “De acuerdo con información del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con base en el Dane, en los nueve primeros meses se vendieron 43,5 millones de prendas interiores femeninas en 51 países.” (GARZÓN, 2015)

Lo que ha motivado a varios empresarios a querer seguir o empezar a exportar como consecuencia del consumismo que se está presentando por las nuevas tendencias y marcas innovadoras. Un comprobante de esto es la afirmación que hace María Claudia Lacouture, presidenta de ProColombia quien nos dice que “los fabricantes nacionales han acertado en adecuar los diseños y tallas al biotipo de las mujeres de distintos países.” (GARZÓN, 2015), otro atractivo que tienen la ropa interior Colombia y con lo que se ha abierto lugar en el mercado internacional es por la calidad y los accesorios de lujo que se manejan en los diseños lo que los hacen más atractivos para las mujeres. Una prueba de esto es la afirmación que hace Mónica Orcioli, directora regional de la marca austriaca Swarovski, quien dice “que nuestro país se ha convertido en uno de los mayores consumidores de cristales para trajes de baño y ropa interior.” (GARZÓN, 2015).

Rentabilidad del Sector

En cuanto al rendimiento de esta industria podemos decir que no ha sido estable pero tampoco es desfavorable esto se puede decir gracias a los resultados obtenidos en el 2015, un claro ejemplo de esto es que “los productores nacionales buscan mejorar las exportaciones, ya que en los nueve primeros meses del 2015 solo sumaron 50,2 millones de dólares, con una caída de 22,8 por ciento respecto al igual periodo del año pasado, cuando totalizó 65 millones de dólares, según indican estadísticas.” (GARZÓN, 2015)

Proyección de ventas del sector - Tendencias de crecimiento - Tamaño del sector



Como vemos en la imagen anterior nos informan que el crecimiento en el sub-sector de la ropa interior es de un 10% y la confección de prendas por año es de 250. Con lo que se podría concluir que es un sub-sector atractivo y cada vez más fuerte.

En cuanto a la proyección de ventas se puede decir que para este año 2016 se podría creer que estas tendrán un balance positivo gracias a “La devaluación del peso, el fortalecimiento del mercado de Estados Unidos y la reactivación del consumo nacional tienen” (dinero , 2016) lo cual tiene ilusionado a todo este sector. Una muestra de este

panorama tan positivo son los “resultados ya empezaron a evidenciarse. Según datos 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.”

En particular, hilatura, tejeduría y acabado de productos textiles registró un alza de 1,5% en producción y 0,9% en ventas, mientras que las confecciones crecieron 5,9% y 4,1%, respectivamente, en el mencionado mes.” (dinero, 2016) Lo que nos indica nos este sector ha ido creciendo poco a poco y muy positivamente.

Estructura del sector - Cadena de valor de la industria



Fuente: Observatorio económico Inexmoda- Elaboración Grupo de Estudios Económicos y Financieros

Factores claves de éxito del negocio

Los factores claves para el éxito de nuestra empresa serán tener puntualidad en la entrega de mercancías como en los pagos a nuestros proveedores para así crear un ambiente de confiabilidad con todos nuestros aliados, y poder lograr un ambiente agradable a la hora de trabajar, aparte de esto también se puede contar con alta calidad e innovación en los diseños pues nos parece que para poder tener una aceptación en nuevos mercados estos 3 factores son de suma irrelevancia

Barreras de ingreso o salida del sector

En Colombia el sector textil cuenta con dificultades que lo colocan en desventaja. Una de ellas que no todas las empresas poseen equipos para esta labor de alta tecnología, lo que hace que los procedimientos sean elaborados más artesanalmente, pero esto no es de todo malo ya que esta industria gracias a esto puede emplear a millones de personas lo que ayuda así a mejorar con la calidad del vida del país. En cuanto a barreras de entrada Colombia implemento un arancel mixto para en parte proteger a este sector el cual tendría una durabilidad de 2 años y consiste en “flexibilizar la medida situando un umbral de USD10 por kilo, donde por debajo de ese límite se mantiene la medida actual que es un arancel mixto del 10% más USD5 por kilo bruto. Y para las importaciones que estén por encima de los USD10 por kilo, se establecerá un arancel mixto del 10% más USD3 por kilo bruto.” (Legiscomex, 2014).

En cuanto a la salida lo que más nos importa nosotros es no tener problemas con los Estados unidos y gracias al TLC firmado con dicho país esto trajo muchas ventajas al sector textil dado que el arancel se desgravo inmediatamente a un 0%, beneficiando a exportadores que no cuentan con grandes músculos financieros.

Competidores

Las principales competidores serias marcas como: LAURA y ST EVEN, quienes se dedican a esta industria en Colombia, son conocidas pero no tienen tan gran reconocimiento en el mercado como lo es LEONISA a nivel mundial.

Se considera que laura y st even son la competencia directa debido a que manejan precios, calidad y estilos muy similares a los de la empresa santa lau Pero por otro lado se

tiene una competencia directa con Maeidenform, Le mystere, Waner's las cuales son marcas estadounidenses y están enfocadas en el mismo nicho de mercado que nosotros

Poder de negociacion de los clientes y proveedores

La mayor característica para tener proveedores cumplidos con los pedidos será la puntualidad en el pago con el fin de incentivar a que nos brinden prioridad con su producto, servicio y nos hagan las entregas en el tiempo necesario.

Al igual que tratar de hacer pedidos de gran valor para así tratar de obtener descuentos que nos favorezcan a la hora de costear nuestro producto final, lo que nos ayudara a ser más competitivos en el mercado.

En cuanto a las empresas que quieran comercializar el producto se le ofrecerá exclusividad con los productos, lo que conlleva a tener precios fijos y solo otorgarle descuentos por monto de compra aparte se intentara ser los más puntuales posibles en la entrega de las mercancías correspondientes como también dar garantía de 3 meses a las prendas para así demostrar que la empresa es seria con su respectivo trabajo y trabajan con altos estándares de calidad para así tener a nuestro cliente lo más satisfecho posible.

Amenaza de nuevos productos sustitutos

La mayor amenaza en cuestión de producto serían los top con copas, dado que no todas las mujeres se sienten cómodas con un sostén, algunas prefieren más comodidad y libertad. Y estos top les satisfacen dicha necesidad y se adaptan a la mayoría de cuerpos, aunque hay que tener en cuenta que no tienen los mismos beneficios de horma que un sostén convencional

Capitulo iii. Análisis del mercado

Objetivos del mercado

Objetivo a corto plazo: lograr la penetración del mercado de Downtown, Miami

Objetivo a mediano plazo: llegar a tener un reconocimiento en los mercados de Miami, florida gracias a la calidad con la que la empresas vende sus productos reconocidos en todo el mercado de la ciudad de Miami, Florida.

Objetivo a largo plazo: Tener reconocimiento en la parte sur de florida, Estados Unidos para así ampliar nuestro mercado y portafolio de ventas

EL MERCADO META DE LOS BIENES

El mercado meta es Estados Unidos de América, en la ciudad de Miami. La razón por la cual se escogió al país de Estados Unidos de América como un destino óptimo para realizar las exportaciones de los productos acogidos bajo la su partida arancelaria 6212.10.00.00 (Sostenes) es porque durante los años 2013,2014 y 2015 ha sido de el mayor importador de

este producto, Según las estadísticas que muestra ColombiaTrade con cifras de “2.035.398,35; 2.037.198,59; 2.155.037,48 (millones de dólares) “respectivamente.

La ciudad destino es Miami, Florida porque es un punto estratégico de ingreso de carga exportada desde Colombia, es un buen punto de distribución, la demanda es muy amplia, y los precios de competencia son asequibles. (procolombia)

El mercado objetivo es Estados Unidos, el motivo por el cual se seleccionó este país es porque Según las estadísticas que muestra ColombiaTrade “ es el mayor importador de este producto durante los años 2013, 2014 y 2015, seguido por Hong Kong, Japón, Francia y Alemania”; No menos importante es un país que es cercano geográficamente, tiene una economía muy estable, se tiene un TLC que proporciona algunas preferencias a nivel de negociaciones, permite facilidad de ingreso en mercados y también al ser un país en donde se tiene una gran extensión territorial se cuenta con una demanda extensa; También es importante tener en cuenta que Estados Unidos cuenta con ciertos lugares en donde hay una concentración masiva de latinos, lo cual favorece a las marcas latinoamericanas al momento de penetrar mercados y posicionarse de una manera óptima, específicamente en Miami habitan muchos latinos.

Miami es un punto de acceso de mercancía muy importante de Estados Unidos y eso lo hace un lugar muy óptimo para las exportaciones, ya que de esta manera se pueden encontrar puntos estratégicos para distribuir y de esta manera penetrar mercados en ese lugar.

Perfil del mercado potencial de bienes

Nivel de ingresos: Los ingresos per cápita en el área del Downtown superan considerablemente los niveles tanto de la Ciudad de Miami como del Condado de Miami-Dade los ingresos per cápita de los residentes del área del Downtown se estiman actualmente en aproximadamente \$32,900.

Edad: Según la pirámide de edades de Downtown refleja que la mayor cantidad de personas que habitan la ciudad son mujeres y hombres entre 24 y 44 años.

Los proveedores realizan las principales ventas por vía internet, ya que son marcas conocidas y bien posicionadas en el mercado, porque los clientes exigen calidad en los productos y a un precio asequible, los medios de pago por el sistema internet es por medio de tarjeta de crédito y son distribuidas por Fedex, UPS y otros medios. (miami, 2011)

Cuantificación de los clientes potencial de bienes

Según el periódico el Tiempo “En la ciudad de Miami hay más de 1.620.000 personas; La clasificación por razas, los hispanos conforman el grupo más grande de la población, con 40,7 por ciento” 2005, lo que puede ser un mercado potencial para las exportaciones Colombianas. (NULLVALUE, 2005) y esto gracias al trabajo que se realizara de la mano con quienes comercializaran nuestros productos, ya que estos serán los clientes directos y quienes también se verán afectados positivamente si es producto empieza a tener mayores ventas en el mercado

Según miamidda “Downtown tiene 31,124 mujeres, el área del Downtown de Miami es un entorno de alto crecimiento, con una población actual total que se ha casi duplicado en

los últimos 10 años” Downtown es un lugar en donde la demanda puede ser óptima para empezar la penetración de mercados. (miami, 2011).

Después de haber expuesto lo anterior se puede apreciar que el producto tendrá una gran posibilidad de ser comprado por los usuarios interesados gracias a la gran cantidad que hay.

Mercado competidor

Nombre	Producto s con el que compite	Precios de referenci a de producto s	ventaja	desventaj a	pagina web
Maeidenfor m	Sostenes	USD14,9 9	Tienen precios asequible s	No tienen mucha variedad de diseños en los sostenes.	http://www.maidenform.cl/
Le mystere	Sostenes	USD 42,99 - USD 68	Múltiples diseños y estilos de sostenes	Tienen un precio alto	http://www.lemystere.com/

Warner's	Sostenes	USD 24- USD 40	Atiende a mujeres promedio .	Venden tallas muy grandes	http://warners.com/
----------	----------	-------------------	---------------------------------------	------------------------------------	---

Mercado distribuidor

La distribución se va a realizar por medio de terceros, en ese caso se van a utilizar Comercializadoras por medio de las cuales se realizara la comercialización de los productos y la penetración de los mercados de Miami.

Distribucion a traves de terceros

Miami fashion market, es un distribuidor que patrocina marcas de ropa interior, en el sector de Miami, tiene un mercado muy amplio al cual penetra con sus productos

Capítulo iv. Análisis comercio internacional

Tratados comerciales

Colombia y Estados Unidos tiene en vigencia un TLC, en el cual las mercancías colombianas al entrar a territorio estadounidense gozarán de privilegios con respecto a otras que no tengan acuerdos con dicho país y viceversa, eso sí en cuanto a mercancías textiles colombianas tendrán que elaborar y guardar durante 5 años desde cada exportación los certificados de origen, como los registros de cada proceso, pues con esto al momento de cualquier investigación se demostrara que no se ha violado en ningún momento dicho acuerdo.

Posiciones arancelarias y beneficios arancelarios

Arancel de importador

6212.10.30.00 es el arancel de importación de Estados Unidos para los sostenes con las características que se desea exportar desde Colombia “ Brassieres, containing lace, net or embroidery, containing 70% or more by weight of silk or silk waste, whether or not knitted or

crocheted “

*** Arancel de exportador**

6212.10.00.00

Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto
Sostenes (corpiños), fajas, corsés, tirantes (tiradores), ligas y artículos similares, y sus
partes, incluso de punto.

- Sostenes (corpiños)

Para las importaciones de sostenes en el país de Estados Unidos la subpartida
arancelaria que permite el ingreso y que tiene unos beneficios en los aranceles es la
siguiente:

6212.10.30.00 bajo el MFN → 4,80 %

Preferential tariff for Colombia → 0 %

(Market Access Map)

Requisitos y vistos buenos

No aplica

Capacidad exportadora

La capacidad exportadora es de 3.888 unidades mensualmente, las cuales se realizarán en dos exportaciones, cada una con 1.944 unidades.

Participación en ferias especializadas

Las macro ruedas internacionales son un buen campo para poder obtener contactos y de esta manera poder cerrar negocios y comercializar productos en diferentes productos.

Viáticos: Las macrorruedas organizadas por Procolombia duran aproximadamente 2 o 3 días dependiendo de la programación que se tenga por la entidad. Por lo tanto se debe de tener un promedio desde 300.000 COP a 500.000 COP para sostener los gastos que se presenten en el viaje.

Hospedaje: El hospedaje depende del hotel en donde se hospede el representante de la empresa que viaje, se debe tener un promedio por encima de lo estimado para tener mayor certeza de los gastos, si es 3 días de negociaciones se debe tener un promedio de

200.000 COP o 250.000 COP para cubrir día y noche en el hotel.

Pasaje y transporte: Los costos de los viaje hacia Miami tienen un aproximado de 215 USD, pero si es una rueda de negocios organizado en Colombia puede tener un costo alrededor de 180.000 COP o 205.000 COP

(tiquetesbaratos)

(jetcost)

- **Inscripción a la Feria:** Una de las mejores opciones para obtener acceso a una feria de negocios internacional o una macrorrueda es por medio de Procolombia o por medio de la Cámara de comercio, estas entidades dependiendo de la macrorrueda a la que se asista, tiene un valor en promedio de 500.000 COP.

El montaje de la feria es la manera como se desee exponer los productos, generalmente se escoge estantería de muestra, en donde se tienen como objetivo dar a conocer los productos. Los organizadores de la feria se encargarán de dar opciones para que se faciliten las exposiciones de los productos, se prestan generalmente las estanterías a un costo de 80.000 COP.

Material de promoción: Una buena manera para hacer que las personas recuerden la empresa con la cual van a hacer negocios es por medio de la estrategia POP (Publish on point), consiste en dar un obsequio con el nombre de la empresa y de esta manera promocionar la marca.

Una manera que se puede utilizar son las libretas y lapiceros para que los empresarios tomen notas, tienen un costo ambos productos aproximadamente de 8.000 COP a 10.000 COP.

Rutas de acceso



Algunos de los puertos estadounidenses se encuentran dentro del rango de los más grandes y de mayor movimiento de carga del mundo. Para la costa Este se destacan por la afluencia de navieras con servicio directo y regular los puertos de: Houston, Nueva York, Baltimore, Savannah, Jacksonville, Port Everglades, Miami, New Orleans y Charlestown. Por otro lado, en la costa Oeste se maneja la oferta de servicios desde Colombia, en su mayoría hacia los puertos de Los Ángeles y Long Beach.

DESTINO	ORIGEN	TIEMPO DE TRÁNSITO (días) DIRECTO	TIEMPO DE TRÁNSITO (días) CONEXIÓN	FRECUENCIA
BALTIMORE	Barranquilla	14	16	Semanal
	Buenaventura	16	13-16	Semanal
	Cartagena	7-14	18	Semanal
CHARLESTON	Barranquilla	15	12-17	Semanal
	Buenaventura	15	15-19	Semanal
	Cartagena	8-15	11-19	Semanal
	Santa Marta		16-18	Semanal
ELIZABETH	Barranquilla		16	Semanal
	Buenaventura		11-14	Semanal
	Cartagena	7	16	Semanal
FILADELFIA	Barranquilla		12	Semanal
	Buenaventura		14-15	Semanal
	Cartagena	5	14-17	Semanal
	Santa Marta		13	Semanal
HOUSTON	Barranquilla	17	13-16	Semanal
	Buenaventura		11-21	Semanal
	Cartagena	6-19	11-13	Semanal
	Santa Marta		10-16	Semanal
JACKSONVILLE	Barranquilla	7	12	Semanal
	Buenaventura		19	Semanal
	Cartagena	8	11	Semanal
	Santa Marta		13	Semanal
MIAMI	Barranquilla	5	11	Semanal
	Buenaventura		8	Semanal
	Cartagena	4	10	Semanal
	Santa Marta		10	Semanal
NEW ORLEANS	Barranquilla	14	15	Semanal
	Buenaventura		8-19	Semanal
	Cartagena	8	15-16	Semanal
	Santa Marta	7	13	Semanal
NEW YORK	Barranquilla	10-14	13	Semanal
PORT EVERGLADES	Buenaventura	16	16	Semanal
	Cartagena	6-14	13-16	Semanal
	Santa Marta		15	Semanal
	Barranquilla	5-6	13	Semanal
	Buenaventura		8-16	Semanal
	Cartagena	3-6	12-13	Semanal
	Santa Marta		12-14	Semanal
SAVANNAH	Barranquilla	15	12	Semanal
	Buenaventura	16	8-10	Semanal
	Cartagena	8-15	12-15	Semanal
	Santa Marta		12	Semanal

Hacia la Costa este de los Estados Unidos, desde Costa Atlántica operan (9) nueve servicios directos con tiempos de transito promedios de 10 días, la oferta se complementa con rutas en conexión en puertos de Jamaica, Panamá y República Dominicana, por parte de (4) navieras, que tardan hasta 18 días. Adicionalmente desde Buenaventura hacia la Costa Este norteamericana, existe 1 (un) servicio en ruta directa con tiempos de tránsito 15 días, y tres (3) navieras con cambio de buque en Panamá, con tiempos de hasta 19 días de transito

DESTINO	ORIGEN	TIEMPO DE TRÁNSITO (días) DIRECTO	TIEMPO DE TRÁNSITO (días) CONEXIÓN	FRECUENCIA
LOS ANGELES	Barranquilla	14	17-18	Semanal
	Buenaventura	16	17	Semanal
	Cartagena	10-14	17-18	Semanal
	Santa Marta		17	Semanal
OAKLAND	Barranquilla	16	19	Semanal
	Buenaventura		18	Semanal
	Cartagena	11-16	15-19	Semanal
	Santa Marta		14-19	Semanal
LONG BEACH	Buenaventura		16	Semanal
	Cartagena	11	14	Semanal
	Santa Marta		13	Semanal

Desde la Costa Atlántica colombiana, se ofertan (3) tres servicios directos con destino a la Costa Oeste, en tiempos de transito promedios de 12 días, la oferta se complementa con rutas en conexión en puertos de Panamá, por parte de (5) navieras, con tiempos de transito de hasta 16 días De igual forma, desde Buenaventura hacia la Costa Oeste norteamericana, existe 1 (un) servicio en ruta directa con tiempos de tránsito entre 14 y 16 días, y dos (2) navieras con cambio de buque en Panamá, con tiempos de hasta 18 días de tránsito



Estados Unidos cuenta con 14,947 aeropuertos, donde varios son los más grandes y de mayor movimiento del mundo. La oferta de servicios directos desde Colombia se concentra en los Aeropuertos de John F. Kennedy International (Nueva York), Los Ángeles International, George Bush International (Houston), Memphis International Airport, Hartsfield-Jackson Atlanta International Airport y Miami International Airport. Adicional a los servicios directos, otras aerolíneas tienen las posibilidades de recibir carga en Colombia y llevarla a Estados Unidos en servicio con trasbordo desde: Ciudad de Panamá y Ciudad de México.

(procolombia) , (procolombia)

Liquidacion de precios exportacion

Cotizaciones de los procesos de exportación

Agencia de aduanas Sucomex

1. EXPORTACIONES

COMISIÓN AD-VALOREM FOB	0,25%
MÍNIMA (Aérea/Marítima/ Terrestre)	\$ 250.000,00

Elaboración declaración de exportación, c/u	\$ 15.000,00
Clasificación Arancelaria por producto	\$ 40.000,00
Certificado de origen, hoja	\$ 15.000,00
Declaración Juramentada	\$ 15.000,00

Gastos Fijos:

Marítimo	\$ 80.000,00
Aéreo	\$ 65.000,00
Terrestre	\$ 65.000,00
Zona Franca	\$ 65.000,00

Inspecciones:

ICA/INVIMA	\$ 80.000,00
Antinarcóticos	\$ 70.000,00
Sellos de Seguridad	\$ 30.000,00

Gastos portuarios cotizados por Sucomex

Buenas tardes;

De acuerdo a su solicitud a continuación me permito relacionarle los datos solicitados así:

- RELACIÓN DE GASTOS EXPORTACIÓN PARA CARGA SUELTA

- Uso de Instalaciones 4,5 Dolares x tonelada
- Almacenajes del 1 al 5 día libre
- del 6 al 7 día 1,40 dolares x tonelada
- del 8 al 10 día 1,63 dolares x tonelada x día
- a partir del 11 día en adelante 4,05 dolares x tonelada x día
- Descargue de mercancía hasta 3 toneladas \$ 60.000
- Mas de 3 toneladas \$ 120.000
- Pesaje USD 18 dolares
- Servicio de estiba \$ 1.100 x estiba x día

Gastos bancarios cotizados por Colpatria

Cartas de crédito para exportación

Producto	Comisión	Mínima USD
Por el aviso que implica la recepción del crédito		155
Confirmación por los primeros 90 días o fracción	negociación	104
Confirmación por periodos adicionales	negociación	104

Modificación por aumento de valor o extensión de validez (L/C confirmada)

Por cada periodo de 90 días o fracción	0,25%	78
Por modificaciones diferentes de valores o plazos		52
Por cada pago o negociación de documentos	0,20%	52
Por aceptación cada 30 días o fracción	0,2% mes	78
Por pago diferido cada 30 días o fracción	0,2% mes	78
Documentos enviados al cobro	0,2% mes	52
Aladi	0,10%	52
Por cartas de crédito vencidas, no		52



INDUSTRICOL S.A.S

CARGA INTERNACIONAL

Calle 7 SUR N° 51A-21

Bodega 124 - Mall Providencia

PBX: (574) 444 7331

Medellin, Colombia - South América

COTIZACIÓN EXPORTACIÓN LCL / MDE 1263- AGOSTO 30 DE 2016

Cliente: Contacto: Tel: CBM Peso Valor de la mercancía: Mercancia: Puerto de Salida: Puerto de Llegada: Incoterms Frecuencia: Tiempo de Transito: Vía: Validez de la oferta: TRM Aproximada: SANTA LAU S.A.S. Sra. Laura Ramirez 317 424 82 28 2.34 193.00 No se sabe Piezas 1 Pallet 1,20*1,00*1,95 *** CARGA GENERAL ***NO PELIGROSA** LCL Cartagena Miami CIF MIAMI Quincenal 5 DIAS APROXIMADAMENTE Directo 15 de Septiembre de 2016 Tasa representativa del mercado + 40 pesos.	2,900.00
FLETE TERRESTRE	
Medellin - Cartagena	\$700,000
ADUANA EN PUERTO	
AGENCIAMIENTO ADUANERO 0.50% SOBRE CIF MINIMA \$500.000	\$ 500,000
CERTIFICADOS DE ORIGEN + FORMULARIO (si es necesario)	\$ 120,000
SISTEMA SIGLO XXI	\$ 20,000
DEX	\$ 20,000
GASTOS VARIOS	\$ 150,000
CRITERIO DE ORIGEN * PARTIDA ARANCELARIA (si es necesario)	\$ 0
Gastos portuarios al costo y soportados con sus respectivas facturas.	
Para LCL - SPRC \$600.000 Aprox	\$ 600,000
ADUANA EN PUERTO	\$ 1,410,000
FLETE INTERNACIONAL	
Cartagena - Miami (USA)	LCL
Minima USD 250,00	70 WM USD 250.00
DOCUMENTACION USD 60,00 / BL	USD 60.00
STUFFING USD 17 W/M	USD 60.00
PORT CHARGE USD 35,00+IVA/DOC	USD 40.60
T/S USA USD 50 / BL	USD 35.00
AMS FEE	USD 50.00
Monting	USD 4.00
Bodegajes	Al costo
Manejo	USD 100.00
	USD 600
SEGURO INTERNACIONAL (PUERTA - PUERTA)	
MINIMA	
A través de CCI COLOMBIA Corredores de Seguros ponemos a su disposición una póliza automática de seguros puerta a puerta con tarifas bastante competitivas. Si usted desea contratar dicho servicio debe solicitarlo con anterioridad para el adecuado aseguramiento de su carga, Deducible de 10% Sobre el valor de la pérdida	USD 104.40
Minima USD 90 + IVA - 0,70 % Sobre el valor a asegurar	
CIF SIN SEGURO	USD 1,327.19
CIF CON SEGURO	USD 1,431.59

Los medios de transporte son los siguientes:

- Terrestre: flete interno desde la empresa exportadora hasta puerto de Cartagena se demora aproximadamente 25,3 horas de transporte.
- Diligenciamiento de aduana, inspecciones y documentación: de 3 a 4 días.
- Flete internacional marítimo (Buque): tiene un tiempo de tránsito de 5 días aproximadamente.
- El tiempo de producción del proveedor es de aproximadamente 1 semana para entregar 1944 unidades de sostenes.

Valor EXW USD 20,07

Valor FCA USD 20,41

Valor FOB USD 20,57

Valor CIF USD 20,84

Capítulo v. análisis técnico

Descripción del proceso de producción

Nuestro proceso de comercialización empieza desde que nuestro proveedor nos hace la entrega de los materia prima (brazier) en nuestra bodega, de ahí en adelante dos operarios empiezas el proceso de pegarle las maquillas de nuestra empresa, este proceso tiene una duración aproximada de 10 días hábiles, posteriormente a esto el proceso siguiente es empacar cada brazier en su respectivo empaque y en las cajas en las que se va a exportar por último se arma el pallet y se le pone el zuncho necesario para brindar seguridad .

Paralelamente a esto desde el séptimo día de producción se empieza a elaborar los documentos y todo lo necesario administrativamente para que la exportación tenga buenos resultados y sea cumplida.

ACT/DIA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
---------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----

Maquila																
empaque																
Doc.																
Expor																

proceso de

maquila

día de descanso

proceso de empaque y terminado

supervisión de producto y documentos para la exportación

bodega	1	
maquinas	2	unidad
sillas	2	unidad
burros	2	unidad
mesones	1	unidad
operarios	2	personas

Capacidad de producción

Un operario puede maquilar 13 unidades por hora, se tienen dos operarios, por lo que se puede inferir que en una hora se pueden maquilar 26 unidades, en 1 semana laboral (de lunes a sábado) y 4 días más se pueden fabricar 1944 unidades. Un siguiente paso para cumplir con la cadena es la acción de empacar, en donde cada operario tiene la capacidad de empacar 61 unidades y en una hora se pueden empacar 122 unidades, ya que se cuentan con dos operarios, el proceso de empacado se demora en total dos días.

Se dispone de dos máquinas plana para producir, sillas y mesas disponibles para el proceso productivo, en donde se ubican los productos terminados.

(El proceso productivo anterior es la manera como el proveedor de la empresa “Santa Lau” fracciona los días para entregar la mercancía.)

Plan de producción y ventas

Nuestros planes de producción y ventas van de la mano, ya que al tener estipulados los tiempo de producción al cliente hacernos un pedido le exponemos el tiempo que este va a demorar en ser producidos, dado que somos una empresa que tiene como política trabajar sobre pedidos.

Producto	Periodo	Cantidad producida y venida
Brazier	Primer mes	1944 unidades

Brazier	Segundo mes	2916 unidades
Brazier	Tercer mes	3240 unidades
Brazier	Cuarto mes	3240 unidades
Brazier	Quinto mes	3564 unidades
Brazier	Sexto mes	3888 unidades

La máxima capacidad exportadora es de 3.888 unidades, en donde quincenalmente se tiene la capacidad de exportar 1.944 unidades, sin embargo el lugar de destino al que queremos penetrar y posicionar los productos es Downtown, un lugar ubicado en Miami, lugar que cuenta con 31.124 mujeres, de las cuales se tiene como objetivo que por lo menos el 10% de ellas cada mes realice la compra de un brazier, ya que se cuenta con diseños innovadores para poder incentivar la compra por parte de ellas.

Si al llegar al sexto mes cumplimos con las ventas estipuladas, se pensaría en ampliar nuestra capacidad productora para así poder satisfacer la demanda que se valla generando en su respectivo momento.

Recursos materiales, maquinaria y humanos para la producción

maquinas plana ind	2	unidad	\$ 2.900.000,00
Sillas	2	unidad	\$ 80.000,00
Burros	2	unidad	\$ 60.000,00
mesones madera	1	unidad	\$ 180.000,00

Estanterías	4	unidad	\$ 1.200.000,00
tijeras especiales	2	unidad	\$ 120.000,00
		total	\$ 4.540.000,00

Nota:**Máquina plana a-387**

Máquina básica para cualquier taller. Ideal para taller que necesita rapidez y menos personal. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS: Velocidad máxima: 3450 ppm. Para material mediano y liviano.

Humanos

SALARIOS OPERATIVOS		
2 operarios	\$ 1.150.000,00	\$ 2.300.000,00

Es necesario que el personal que se encuentre involucrado con el proceso de producción tenga amplio dominio y habilidad en cuestión de máquinas planas.

No es necesario tener algún estudio sobre estas, dado que apoyamos las personas con conocimiento empírico, que dado a sus diversas situaciones de vida no tuvieron la oportunidad de estudiar.

Para mejorar sus condiciones laborales aparte de pagarles todas sus prestaciones sociales en la empresa se contarán con pausas activas de 15 minutos en la jornada de mañana y tarde, aparte de esto se capacitará a las personas sobre seguridad industrial y en tal caso sobre nuevas tecnologías que valla adoptando la empresa en sus procesos de producción

Materiales

brazieres	dependiendo de la exportacion	conf. MILLAR	\$ 29.300,00	UNIDAD
bolsas de tela		bolsas artesanales	\$ 4.500,00	UNIDAD
marquillas		marquillas S.A	\$ 8.000,00	UNIDAD
hilo astra		para coser	\$ 4.800,00	UNIDAD
		TOTAL	\$ 46.600	UNIDAD

Hilo astra

Hilo lubricado con tenacidad superior, 100% Poliéster de fibra corta que tiene una construcción uniforme y es resistente a la luz solar y a la degradación química. Es un hilo excepcional en su tipo con confiable desempeño de costura en operaciones vitales de alta velocidad.

Requerimientos de servicios

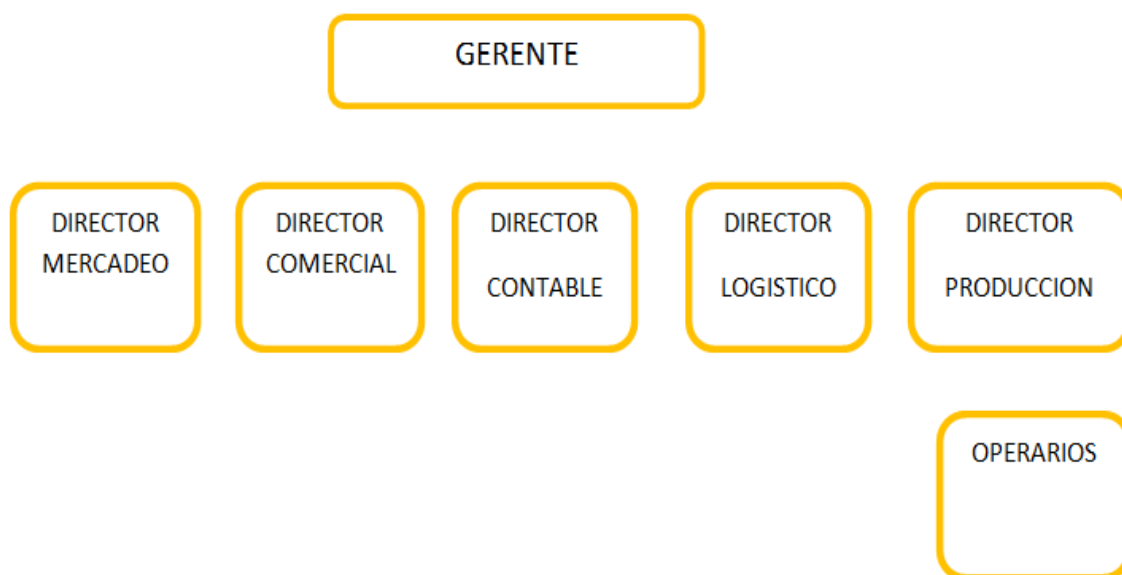
Requerimiento	Valor	
arriendo	\$ 1.700.000,00	MENSUAL
vigilancia/seguridad	\$ 150.000,00	MENSUAL
Mantenimiento	\$ 130.000,00	MENSUAL
serv. Publicos	\$ 350.000,00	MENSUAL
Comunicación	\$ 130.000,00	MENSUAL
Mensajería	\$ 100.000,00	VARIABLE

	\$	
Seguro	1.200.000,00	MENSUAL
	\$	
Cafeteia	358.000,00	MENSUAL
	\$	
Papelería	2.500.000,00	MENSUAL
	\$	
TOTAL	6.618.000,00	MENSUAL

Capítulo vi. Análisis administrativo

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL NEGOCIO

ORGANIGRAMA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

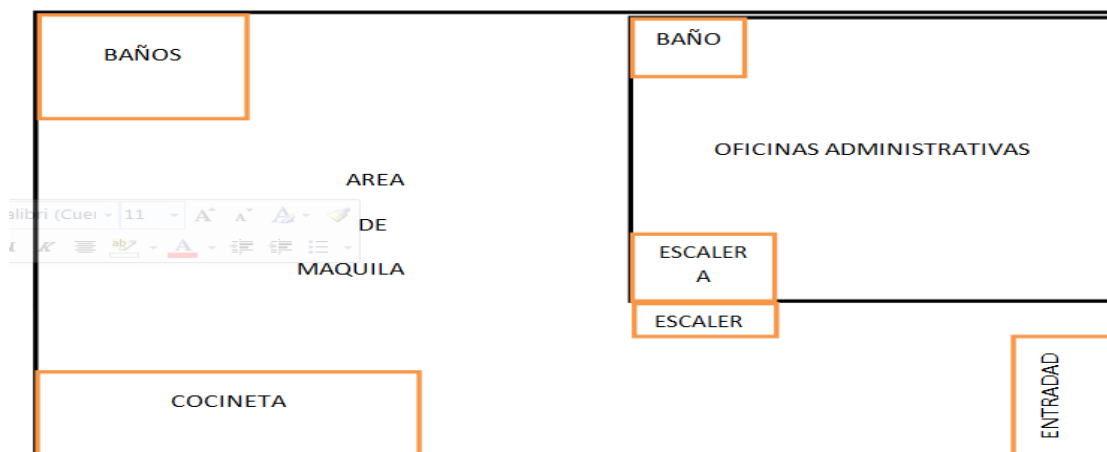


Cargo	Función
Gerencia general	Se encarga de revisar de una manera objetiva los procesos gerenciales de la segmentación de la empresa. Y buscar nuevas ideas para mejorar las utilidades de la empres
Director de mercadeo	Se encarga de penetrar mercados, segmentación de mercados y estudio de lugares de destino como tambien de cordinar con las demas areas de su colaboracion para ampliar los mercados
Director comercial	realizar indicadores de las ventas diarias y mensuales para planear los presupuestos de venta y un correcto flujo de los productos en la empresa.
director de logística	Supervisa el proceso realizado logística para que tanto la materia prima como el producto terminado que entra y sale de la empresa este puntual en su lugar correspondiente
Director contable	Se encarga de mantener siempre los registros de ingresos, egresos y cada uno de los movimientos financieros de la empresa de una manera ordenada y entendible como tambien de aprovar los presupuetos de las demas areas de la empresa aparte de eso debe tener un muy buen manejo de la caja menor
Jefe de producción	Dirigir, supervisar a los operarios y verificar la calidad del trabajo que se esta desempeñando
Operarios	Pegar etiquetas, empacar y embalar los productos.

Costo personal y procesos administrativos tercerizados

Cargo	Salario
Gerencia general	\$ 3.000.000,00
Director de mercadeo	\$ 1.450.000,00
Directo comercial	\$ 1.450.000,00
Director de logística	\$ 1.450.000,00
Director contable	\$ 1.450.000,00
Jefe de producción	\$ 1.200.000,00
Operario 1	\$ 1.150.000,00
Operario 2	\$ 1.150.000,00
total	\$ 12.300.000,00

Locaciones de la empresa



Requerimientos de maquinaria, equipo, software, muebles y enseres

Equipos y enseres	Cantidad necesaria	Capital inicial
Computador /software	6	10.400.000
Sillas	16	800.000
Escritorios	6	800.000
Teléfono	6	800.000
cosedoras/perforadoras/lapiceros	varios	50.000
archivadores	2	800.000

impresoras	5	2.400.000
	total	16.050.000

Requerimiento de materiales e insumos para la empresa

Materiales e insumos	Descripción	Cantidad necesaria	Capital inicial
Papelería	Los materiales necesarios para realizar funciones de impresiones, fotocopias, entre otros.	Facturas, cotizaciones,remisiones,tarjetas De presentación , publicidad	250.000 variable
Cafetería	Productos necesarios para las pausas activas de los trabajadores, tales como consumo de café, té, agua, entre otros	Café 5 kilos mensualmente. Té aromática azúcar Mezcladores desechables	358.000 mensualmente
Productos de aseo general	Todos los productos necesarios para el	Desinfectantes 10 litros. Escobas 1 Traperas 1	80.000 mensualmente

	aseo y la desinfección de la infraestructura de la empresa y todas sus instalaciones		
--	---	--	--

requerimiento	valor	
arriendo	\$ 1.700.000,00	MENSUAL
vigilancia/seguridad	\$ 150.000,00	MENSUAL
mantenimiento	\$ 130.000,00	MENSUAL
serv. Publicos	\$ 350.000,00	MENSUAL
comunicación	\$ 130.000,00	MENSUAL
mensajeria	\$ 100.000,00	VARIABLE
Seguro	\$ 1.200.000,00	MENSUAL

	\$	
Cafeteia	358.000,00	MENSUAL
	\$	
Aseo	80.000,00	MENSUAL
	\$	
papeleria	500.000,00	MENSUAL
	\$	
TOTAL	4.698.000,00	MENSUAL

Capítulo vii. Análisis legal

La empresa está constituida como una empresa S.A.S, dado que esto se aplica mucho a nuestros requerimientos y su constitución es mucho más fácil porque se puede crear mediante documento privado, lo cual le ahorra a la empresa tiempo y dinero, la responsabilidad de sus socios se limita a sus aportes, no se requiere establecer una duración determinada, por regla general no exige revisor fiscal, la SAS solo estará obligada a tener revisor fiscal cuando los activos brutos a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior, sean o excedan el equivalente a tres mil salarios mínimos y el trámite de liquidación es más ágil. No se requiere adelantar el trámite de aprobación de inventario ante la Superintendencia de Sociedades.

TRAMITE	DESCRIPCIÓN DEL TRAMITE	QUE SE NECESITA
REGISTRAR EL NOMBRE DE LA EMPRESA	Se ingresa a la cámara de comercio para verificar que el nombre que se eligió para la empresa no coincide con empresas ya constituidas, si no se encuentra ninguna coincidencias este nombre será reservado durante un	* Formulario de matricula

	período de tiempo, esto tendrá validez durante los primeros meses ante su registro notarial.	
REDACCIÓN DE LAS NORMAS DE SOCIEDAD	Los socios redactará los estatutos o normas sociales que registrar la empresa que se incorporará a la escritura pública de la constitución	*el objeto social o actividad a la que se va dedicar la sociedad *el domicilio de la sociedad *el capital social y la participación de cada uno en que se divide
ESCRITURA PÚBLICA DE CONSTITUCIÓN	Esta será firmada por parte de todos los integrantes de la sociedad	*registro mercantil central *estatuto social de la sociedad

DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANA NACIONALES (DIAN)	se debe solicitar ante la Dian la autorización para la numeración de la facturas y el registro único tributario (RUT)	*certificado de existencia y representación legal
--	--	--

TRAMITE	DESCRIPCION	COSTO	U	M	A	DIAS DE TRAMITE
REGISTRO MERCANTIL	La Matrícula Mercantil es un medio de identificación del comerciante y de su establecimiento de comercio, así como medio de prueba de existencia de uno y de otro.	101.000			x	1
RUT	constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyentes	GRATIS	X			1

TRAMITE	COSTO	DESCRIPCIÓN	MENSUAL, ÚNICO O ANUAL	TIEMPO
EPS	-	los tramites se llevara a cabo por medio de la EPS SURA	único	2 Días
ARL	68.000 por empleado	Este trámite se llevara a cabo por medio de sura para la afiliación de todos los empleados aseguradora de riesgo laborales	mensual	los primero días del mes
PENSIÓN	0	Este trámite por medio protección el cual llevara los aportes mensuales de los empleados	único	1 día

Capitulo viii. Análisis financiero

Tasa de rentabilidad

COMO ESTA LA RENTABILIDAD EN COLOMBIA

Rentabilidad de las empresas colombianas

ROE (Rentabilidad sobre patrimonio) Promedio 2008-2014

Cifras porcentuales

Promedio colombia	9,2	Transmisión de datos	9,2
Petróleo y gas	20,9	Telefonía básica	9,1
Distribución de gas	17,1	Prendas de vestir	8,7
Construcción de edificios	13	Metalurgia	8,3
Construcción de obras civiles	12,6	Vidrio	7,6
Transporte de gas	11,2	Transporte terrestre de carga	7,5
Comercio minorista	11	Distribución de energía	7,5
Productos químicos	11	Alimentos	7,5
Bancos	10,9	Vehículos	7,4
Carbón	10,6	Bebidas	7,4
Comercio mayorista	10,3	Transmisión de energía	7,3
Calzado	10,3	Papel	6,8
Compañías financieras	10,1	Transporte de tuberías	6,6
Compañías financieras	10,1	Transporte de tuberías	6,6
Transporte aéreo de carga	10	Minerales metálicos	5,4
Productos metálicos	9,8	Cerámica	4,4
Telefonía y redes	9,6	Llantas	3,1
Generación de energía	9,5	Fabricación de gas	2,9

Fuente: Asocodis

Gráfico: LR / AG

Esta información, muestra cómo está la rentabilidad en Colombia de acuerdo a cada sector. El sector comercio en este caso sobre la comercialización de ropa interior femenina (textix) tiene una rentabilidad del 8.7 %, (La republica, 2015)

“Durante el primer trimestre del año en curso, la economía colombiana creció en 2.5%”.

(Portafolio, 2016)

Actualmente en Colombia el impuesto sobre la renta es del 25% que se calcula sobre la rentabilidad, ingreso y utilidad de la empresa y el CREE es del 9% que se calcula sobre la renta y el margen de contribución sobre el costo unitario del producto de ST LAU equivale a un 16%.

Aportes de capital de los socios

El capital de socios será de 10'000.000 para poder tener la adquisición de equipos, muebles, maquinas, suministros y materiales necesarios para que se puedan desempeñar de una manera óptima las funciones de la empresa.

Créditos y préstamos bancarios

ENTIDAD: cooperativa financiera cootrafa.

Tasa mes vencida: 1,7 %

Cuota mensual: \$ 3.099.074.

Escogimos esta cooperativa porque cuenta con una gran labor social y ayuda a los pequeños empresarios a salir a delante con sus proyectos por medio de créditos con fácil aprobación y una variedad de oportunidades para pagar depende de la necesidad del empresario.

Cuota	Capital	Interés	Total cuota	Saldo
0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 116.000.000
1	\$ 1.127.166	\$ 1.972.000	\$ 3.099.166	\$ 114.872.834
2	\$ 1.146.328	\$ 1.952.838	\$ 3.099.166	\$ 113.726.506
3	\$ 1.165.815	\$ 1.933.351	\$ 3.099.166	\$ 112.560.691
4	\$ 1.185.634	\$ 1.913.532	\$ 3.099.166	\$ 111.375.057
5	\$ 1.205.790	\$ 1.893.376	\$ 3.099.166	\$ 110.169.267
6	\$ 1.226.288	\$ 1.872.878	\$ 3.099.166	\$ 108.942.979
7	\$ 1.247.135	\$ 1.852.031	\$ 3.099.166	\$ 107.695.844
8	\$ 1.268.337	\$ 1.830.829	\$ 3.099.166	\$ 106.427.507
9	\$ 1.289.898	\$ 1.809.268	\$ 3.099.166	\$ 105.137.609
10	\$ 1.311.827	\$ 1.787.339	\$ 3.099.166	\$ 103.825.782
11	\$ 1.334.128	\$ 1.765.038	\$ 3.099.166	\$ 102.491.654
12	\$ 1.356.808	\$ 1.742.358	\$ 3.099.166	\$ 101.134.846
13	\$ 1.379.874	\$ 1.719.292	\$ 3.099.166	\$ 99.754.972
14	\$ 1.403.331	\$ 1.695.835	\$ 3.099.166	\$ 98.351.641
15	\$ 1.427.188	\$ 1.671.978	\$ 3.099.166	\$ 96.924.453
16	\$ 1.451.450	\$ 1.647.716	\$ 3.099.166	\$ 95.473.003
17	\$ 1.476.125	\$ 1.623.041	\$ 3.099.166	\$ 93.996.878
18	\$ 1.501.219	\$ 1.597.947	\$ 3.099.166	\$ 92.495.659
19	\$ 1.526.740	\$ 1.572.426	\$ 3.099.166	\$ 90.968.919
20	\$ 1.552.694	\$ 1.546.472	\$ 3.099.166	\$ 89.416.225
21	\$ 1.579.090	\$ 1.520.076	\$ 3.099.166	\$ 87.837.135
22	\$ 1.605.935	\$ 1.493.231	\$ 3.099.166	\$ 86.231.200
23	\$ 1.633.236	\$ 1.465.930	\$ 3.099.166	\$ 84.597.964
24	\$ 1.661.001	\$ 1.438.165	\$ 3.099.166	\$ 82.936.963
25	\$ 1.689.238	\$ 1.409.928	\$ 3.099.166	\$ 81.247.725
26	\$ 1.717.955	\$ 1.381.211	\$ 3.099.166	\$ 79.529.770
27	\$ 1.747.160	\$ 1.352.006	\$ 3.099.166	\$ 77.782.610
28	\$ 1.776.862	\$ 1.322.304	\$ 3.099.166	\$ 76.005.748
29	\$ 1.807.068	\$ 1.292.098	\$ 3.099.166	\$ 74.198.680
30	\$ 1.837.788	\$ 1.261.378	\$ 3.099.166	\$ 72.360.892
31	\$ 1.869.031	\$ 1.230.135	\$ 3.099.166	\$ 70.491.861
32	\$ 1.900.804	\$ 1.198.362	\$ 3.099.166	\$ 68.591.057
33	\$ 1.933.118	\$ 1.166.048	\$ 3.099.166	\$ 66.657.939
34	\$ 1.965.981	\$ 1.133.185	\$ 3.099.166	\$ 64.691.958
35	\$ 1.999.403	\$ 1.099.763	\$ 3.099.166	\$ 62.692.555
36	\$ 2.033.393	\$ 1.065.773	\$ 3.099.166	\$ 60.659.162
37	\$ 2.067.960	\$ 1.031.206	\$ 3.099.166	\$ 58.591.202
38	\$ 2.103.116	\$ 996.050	\$ 3.099.166	\$ 56.488.086
39	\$ 2.138.869	\$ 960.297	\$ 3.099.166	\$ 54.349.217
40	\$ 2.175.229	\$ 923.937	\$ 3.099.166	\$ 52.173.988
41	\$ 2.212.208	\$ 886.958	\$ 3.099.166	\$ 49.961.780

42	\$ 2.249.816	\$ 849.350	\$ 3.099.166	\$ 47.711.964
43	\$ 2.288.063	\$ 811.103	\$ 3.099.166	\$ 45.423.901
44	\$ 2.326.960	\$ 772.206	\$ 3.099.166	\$ 43.096.941
45	\$ 2.366.518	\$ 732.648	\$ 3.099.166	\$ 40.730.423
46	\$ 2.406.749	\$ 692.417	\$ 3.099.166	\$ 38.323.674
47	\$ 2.447.664	\$ 651.502	\$ 3.099.166	\$ 35.876.010
48	\$ 2.489.274	\$ 609.892	\$ 3.099.166	\$ 33.386.736
49	\$ 2.531.591	\$ 567.575	\$ 3.099.166	\$ 30.855.145
50	\$ 2.574.629	\$ 524.537	\$ 3.099.166	\$ 28.280.516
51	\$ 2.618.397	\$ 480.769	\$ 3.099.166	\$ 25.662.119
52	\$ 2.662.910	\$ 436.256	\$ 3.099.166	\$ 22.999.209
53	\$ 2.708.179	\$ 390.987	\$ 3.099.166	\$ 20.291.030
54	\$ 2.754.218	\$ 344.948	\$ 3.099.166	\$ 17.536.812
55	\$ 2.801.040	\$ 298.126	\$ 3.099.166	\$ 14.735.772
56	\$ 2.848.658	\$ 250.508	\$ 3.099.166	\$ 11.887.114
57	\$ 2.897.085	\$ 202.081	\$ 3.099.166	\$ 8.990.029
58	\$ 2.946.336	\$ 152.830	\$ 3.099.166	\$ 6.043.693
59	\$ 2.996.423	\$ 102.743	\$ 3.099.166	\$ 3.047.270
60	\$ 3.047.270	\$ 51.804	\$ 3.099.074	\$ 0

Factores que influyen en la determinación de los precios de producto

Los precios de los productos se determinaron principalmente teniendo en cuenta los precios de venta de las empresas de la competencia para analizar en qué rango se puede vender los productos, no obstante la calidad fue importante para poder establecer un precio, y que competimos por medio de precios y calidad no podemos permitir que nuestros productos sean tan bajos en comparación de la competencia porque también se correría el riesgo de perder prestigio y de que se pierda confiabilidad de la calidad de la marca.

Ingresos propios del negocio

Según el plan de ventas se estima vender al mes un promedio de 1.500 unidades de ropa interior femenina, teniendo en cuenta que la empresa comenzara primeramente con una etapa de iniciación durante tres meses con el fin de constituirse legalmente y empezar a realizar la etapa de mercadeo para alcanzar las ventas esperadas durante los próximos años. En la tabla siguiente se visualiza los ingresos de la empresa durante los próximos cinco años por las ventas proyectadas anuales:

TOTAL VENTAS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PRECIO					
PROMEDIO	\$58.000	\$60.900	\$63.945	\$67.142	\$70.499
VTAS UNIDADES	16.848	17.690	18.575	19.504	20.479
VTAS TOTAL	\$977.184.000	\$1.077.321.000	\$1.187.778.375	\$1.309.537.568	\$1.443.749.021

Inversiones

inversión	valor
activos fijos	\$ 20.590.000,00
gto pre-operativo	\$ 45.000.000,00
capital de trabajo	\$ 55.000.000,00
Total	\$ 120.590.000,00

Costos fijos y variables

costos fijos	
arrendamiento	\$ 1.700.000,00
nomina	\$ 12.300.000,00
seguros	\$ 1.200.000,00
total	\$ 15.200.000,00
costos variables	
materia prima	\$ 27.500,00
papeleria	\$ 500.000,00
servicios	\$ 350.000,00
mantenimiento	\$ 130.000,00

vigilancia	\$ 150.000,00
aseo	\$ 80.000,00
total	\$ 1.237.500,00

Flujo de caja y vpn

Se presenta el Flujo de caja y rentabilidad de la empresa.

Flujo de Caja y Rentabilidad	AÑO 0	AÑO 1
Flujo de Operación		62.555.200
Flujo de Inversión	-125.950.000	-15.821.289
Flujo de Financiación	125.950.000	-40.907.705
Flujo de caja para evaluación	-125.950.000	46.733.911
Flujo de caja descontado	-125.950.000	40.638.183

Estados financieros y analisis de sensibilidad

Se presentan criterios de decision, en el cual se observa si el proyecto presenta viabilidad financiera:

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	15%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	29,99%
VAN (Valor actual neto)	45.715.542
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	2,50
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses	6 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)	92,06%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	0 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	24 mes

Se proyecta una tasa mínima de rendimiento del 15% y la tasa interna de retorno del 29.99%, lo cual lo consideramos factible y razonable, recordando que a empresa está en sus inicios. A continuación, presentaremos un análisis de sensibilidad para identificar qué tan sensible es el negocio.

Análisis de sensibilidad

Se realiza un analisis de sensibilidad considerando un aumento en costos aumentando en 2% debido a que es lo maximo que la empresa podria aumentar el cual afectaria los criterios de decisión como se observa en la tabla.

El costo actual es de \$46.700, con el aumento del 2% sería un costo de \$47.634 el cual afectaría notablemente la tasa interna de retorno.

Balance

Flujo de caja, Indicadores

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	15%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	14,32%
VAN (Valor actual neto)	-1.903.957
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	3,50
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses	6 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)	92,06%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	0 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	24 mes

Se realiza el siguiente analisis de sensibilidad considerando una disminución en precio de venta del 1.6% debido a que es lo máximo que la empresa podría disminuir el cual afectaría los criterios de decisión como se observa en la tabla

El precio actual es de \$58.000, con la disminución del 1.6% seria un precio de \$57.072 el cual afectaría notablemente la tasa interna de retorno.

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	15%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	15,63%
VAN (Valor actual neto)	1.782.224
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	3,39
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses	6 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)	92,06%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	0 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	24 mes

Se concluye que la TIR es muy sensible en precio

Estado de perdidas y ganancias proyectado

ESTADO DE RESULTADOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	977.184.000	1.077.345.360	1.187.773.259	1.309.520.018	1.443.745.820
Devoluciones y rebajas en ventas	48.859.200	53.867.268	59.388.663	104.761.601	115.499.666
Materia Prima, Mano de Obra	845.769.600	932.460.984	1.028.038.235	1.133.412.154	1.249.586.900
Depreciación	3.629.000	3.629.000	3.629.000	3.629.000	3.629.000
Utilidad Bruta	78.926.200	87.388.108	96.717.362	67.717.263	75.030.255
Gasto de Ventas	5.000.000	5.250.000	5.512.500	5.788.125	6.077.531
Gastos de Administracion	15.000.000	15.750.000	16.537.500	17.364.375	18.232.594
Amortización Gastos	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	0
Utilidad Operativa	38.926.200	46.388.108	54.667.362	24.564.763	50.720.130
Intereses	17.717.705	14.229.584	10.722.101	7.181.369	3.607.348
Otros ingresos y egresos	-17.717.705	-14.229.584	-10.722.101	-7.181.369	-3.607.348
Utilidad antes de impuestos	21.208.495	32.158.524	43.945.260	17.383.394	47.112.782
Impuestos (35%)	6.998.803	10.612.313	14.501.936	5.736.520	15.547.218
Utilidad Neta Final	14.209.692	21.546.211	29.443.324	11.646.874	31.565.564

En este estado de resultados se proyecta las utilidades a cinco años, en el cual se proyecta un aumento de las ganancias anualmente.

Las cuentas más representativas son las ventas porque de estas dependen los ingresos y la utilidad generada y los gastos de materia prima o mano de obra que representan el objeto social de la empresa los cuales anualmente aumentan.

Flujo de caja proyectado

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA						
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		38.926.200	46.388.108	54.667.362	24.564.763	50.720.130
Depreciaciones		3.629.000	3.629.000	3.629.000	3.629.000	3.629.000
Amortización Gastos		20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	0
Impuestos		0	-6.998.803	-10.612.313	-14.501.936	-5.736.520
Neto Flujo de Caja Operativo		62.555.200	63.018.305	67.684.049	33.691.827	48.612.610
Variacion Cuentas por Cobrar		-81.432.000	-8.346.780	-9.202.325	-10.145.563	-11.185.483
Variacion Inv. Prod. En Proceso		-40.110.489	-4.093.760	-4.513.370	-4.975.991	-5.486.030
Variación Cuentas por Pagar		105.721.200	10.836.423	11.947.156	13.171.740	14.521.843
Variación del Capital de Trabajo	0	-15.821.289	-1.604.117	-1.768.539	-1.949.814	-2.149.670
Inversión en Maquinaria y Equipo	-4.890.000	0	0	0	0	0

Inversión en Equipo de Transporte	-15.700.000	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-20.590.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	-20.590.000	-15.821.289	-1.604.117	-1.768.539	-1.949.814	-2.149.670
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	115.950.000	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		-23.190.000	-23.190.000	-23.190.000	-23.190.000	-23.190.000
Intereses Pagados		-17.717.705	-14.229.584	-10.722.101	-7.181.369	-3.607.348
Capital	10.000.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	125.950.000	-40.907.705	-37.419.584	-33.912.101	-30.371.369	-26.797.348
Neto Periodo	105.360.000	5.826.206	23.994.604	32.003.408	1.370.644	19.665.592
Saldo anterior		25.360.000	31.186.206	55.180.810	87.184.218	88.554.862
Saldo siguiente	105.360.000	31.186.206	55.180.810	87.184.218	88.554.862	108.220.454

Evaluación Financiera

Vpn, tir, payback descontado

Analizando la proyección de los 5 años, el flujo de caja actualmente representa un valor de \$45.715.542 que equivale al valor presente neto originado por una inversión, la cual obtendrá una rentabilidad del 29.99% y esta inversión se podrá recuperar durante un lapso de 2 años.

Para concluir, de acuerdo al modelo financiero este proyecto tiene una viabilidad positiva, puesto que el margen bruto está en una cifra considerable al igual que la tasa de rentabilidad.

Trabajos citados

banco mundial. (s.f.). Recuperado el 16 de abril de 2016, de <http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?end=2015&locations=US&start=1961&view=chart>

dinero. (2 de abril de 2016). Recuperado el 18 de agosto de 2016, de <http://www.dinero.com/edicion-impresia/negocios/articulo/resultados-del-sector-textil-en-el-ano-2016-en-colombia/218787>

dinero. (10 de mayo de 2016). Recuperado el 15 de agosto de 2016, de <http://www.dinero.com/economia/articulo/pib-de-2015-en-colombia-crecimiento-de-la-economia-fue-de-31/221260>

dinero. (2 de abril de 2016). Recuperado el 18 de agosto de 2016, de <http://www.dinero.com/edicion-impresia/negocios/articulo/resultados-del-sector-textil-en-el-ano-2016-en-colombia/218787>

GARZÓN, R. L. (31 de diciembre de 2015). *el tiempo*. Recuperado el 18 de agosto de 2016, de <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/aumento-de-venta-de-ropa-interior-colombiana/16470593>

Legiscomex. (22 de enero de 2014). *legiscomex*. Recuperado el 18 de agosto de 2016, de <http://www.legiscomex.com/BancoConocimiento/M/modificaran-arancel-a-las-importaciones-de-textiles-actualizacion-legiscomex/modificaran-arancel-a-las-importaciones-de-textiles-actualizacion-legiscomex.asp?CodSubseccion=300&numarticulo=&CodSeccion=190>

miami, d. (2011). *miamidda*. Recuperado el 18 de agosto de 2016, de http://miamidda.com/pdf/Goodkin_Focus_Democ_Population2011-Spanish.pdf

NULLVALUE. (28 de abril de 2005). *el tiempo*. Recuperado el 18 de agosto de 2016, de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1691398>

País, R. d. (18 de marzo de 2015). *elpais.com.co*. Recuperado el 15 de agosto de 2016, de <http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/sector-construccion-motor-crecimiento-economia>

portafolio. (15 de abril de 2015). Recuperado el 16 de agosto de 2016, de <http://www.portafolio.co/economia/finanzas/alza-dolar-pib-pais-valdra-2015-29560>

procolombia. (s.f.). Recuperado el 18 de agosto de 2016, de <http://www.colombiatrader.com.co/herramientas/identificador-oportunidades>

(s.f.). Recuperado el 30 de agosto de 2016, de jetcost:

http://us.jetcost.com/es/vuelos/colombia/bogota/miami-bogota/?gclid=Cj0KEQjw3ZS-BRD1xu3qw8uS2s4BEiQA2bcfMwgfzQJR3UrNnxC5jViKVXKMI-Mni_bxDdDJF8LzavoaAlb98P8HAQ

Market Access Map. (s.f.). Recuperado el 30 de agosto de 2016, de

<http://www.macmap.org/Default.aspx?ReturnUrl=%2fQuickSearch%2fFindTariff%2fFindTariffResults.aspx%3fproduct%3d62121030%26country%3d842%26partner%3d170%26year%3d2014%26source%3d1%7cITC%26AVE%3d1&product=62121030&country=842&partner=170&year=2014&source=1>

procolombia. (s.f.). Recuperado el 30 de agosto de 2016, de

<http://www.colombiatrader.com.co/logistica/reportes-de-transporte/aereo/rutas>

procolombia. (s.f.). Recuperado el 30 de agosto de 2016, de

<http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/Perfil%20Estados%20Unidos.pdf>

tiquetesbaratos. (s.f.). Recuperado el 30 de agosto de 2016, de

http://www.tiquetesbaratos.com/aerolineas/lan/index.php?option=com_sabre&view=lowfare&landing=lan&d=MDEBOG&s=35