



**UNIVERSIDAD DE CIENCIAS
EMPRESARIALES Y SOCIALES**

**Propuesta para la creación de empresa
colombiana dedicada a la importación y
comercialización de indumentaria femenina**

Alumna

Jeimy Alexandra Rincón Hernandez

Tutora

Adriana Bass

Maestría de Negocios Internaciones

Argentina, Capital Federal

2020

Dedicatoria

A Dios por haberme guiado y brindado la paciencia necesaria para lograr mis objetivos y llegar hasta este punto.

A mis padres, hermana y abuela, que a pesar de la distancia me brindaron apoyo, motivación, amor y constantes consejos que me permitieron no rendirme en los momentos difíciles.

A mi pareja, que además de acompañarme en este sueño, me brindo su amor, paciencia, apoyo y compañía para llegar a la meta final.

Y a mi tutora y demás docentes, quienes me han guiado en esta etapa y me han brindado todo su apoyo y conocimiento.

Índice

Índice de Siglas y Abreviaturas	6
Índice de Graficas	8
Índice de Tablas	9
Índice de Anexos.....	11
Capítulo 1. Introducción	12
1.1. Planteamiento del Problema	12
1.2. Justificación	13
1.3. Objetivos.....	14
1.3.1. Objetivo General	14
1.3.2. Objetivos Específicos	14
1.4. Aspectos Teóricos y Metodológicos	15
1.5. Presentación y Resultados	16
Capítulo 2. Marco Teórico.....	17
2.1. Emprendimiento	17
2.2. Análisis PESTEL.....	18
2.3. Análisis FODA	19
2.4. Internacionalización e Importación	20
2.5. Plan de Negocio	21
2.5.1. Estudio de Mercado.....	21
2.5.2. Estudio Técnico	22
2.5.3. Estudio Organizacional	23
2.5.4. Estudio Económico	24
Capítulo 3. Metodología	25
3.1. Tipo de Investigación.....	25
3.2. Técnicas y Enfoques.....	27

3.3. Desarrollo Metodológico	27
3.3.1. Análisis de Entorno	27
3.3.1.1. Análisis Macroentorno.....	28
3.3.1.2. Análisis Microambiente	55
3.3.2. Estudio de Mercado.....	58
3.3.2.1. Producto	58
3.3.2.2. Demanda.....	62
3.3.2.3. Oferta	69
3.3.2.4. Proveedores	76
3.3.2.5. Distribución	80
3.3.2.6. Precio	81
3.3.2.7. Análisis FODA	84
3.3.2.8. Estrategias Comerciales.....	85
3.3.3. Estudio Técnico	89
3.3.3.1. Fase Inicial.....	89
3.3.3.2. Fase Proceso.....	96
3.3.3.3. Fase Final.....	102
3.3.4. Estudio Organizacional.....	106
3.3.4.1. Forma de Constitución	107
3.3.4.2. Clasificación Económica.....	109
3.3.4.3. Requisitos Previos	110
3.3.4.4. Tramites y Requisitos para la Creación de Empresas	112
3.3.4.5. Costos de Creación	122
3.3.5. Estudio Económico	123
3.3.5.1. Entradas (In-put)	123
3.3.5.2. Salidas (Out-put)	128
3.3.5.3. Fuentes de Financiación	134

Capítulo 4. Análisis y Resultados	138
Capítulo 5. Conclusiones.....	141
Capítulo 6. Bibliografía	143
Capítulo 7. Anexos	158

Índice de Siglas y Abreviaturas

AFP	Administradora de Fondo de Pensión
ARP	Administradora de Riegos Profesionales
CCB	Cámara de Comercio de Bogotá
CCF	Cajas de Compensación Familiar
CIIU	Clasificación Industrial Internacional Uniforme
CNTAC	Consejo Nacional de Textiles y Confecciones de China
Confecámaras	Confederación de Cámaras de Comercio
DANE	Departamento Administrativo Nacional de Estadística
DIAN	Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales
EPS	Entidad Promotora de Salud
ICBF	Instituto Colombiano de Bienestar Familiar
Ltda	Limitada
MINCIT	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
MINTIC	Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones
NBS CHINA	National Bureau of Statistics of China
NIT	Número de Identificación Tributaria
PBOC	Banco Popular de China
PSE	Proveedor de Servicios Electrónicos
RIT	Registro de Información Tributaria
RUES	Registro Único Empresarial y Social
RUT	Registro Único Tributario
SA	Sociedad Anónima
SAS	Sociedad por Acciones Simplificada
SAT	Sistema de Afiliación Transaccional
SENA	Servicio Nacional de Aprendizaje
SGSSS	Sistema General Seguridad Social en Salud
SIC	Superintendencia de Industria y Comercio
SMMLV	Salario Mínimo Mensual Legal Vigente
TRM	Tasa Representativa del Mercado

UNCTAD	Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
UVT	Unidad Valor Tributario
VUCE	Ventanilla Única de Comercio Exterior
VUE	Ventanilla Única Empresarial

Índice de Graficas

Gráfica 1 - Importaciones 2016 – 2018 (Valor CIF en miles de USD).....	28
Gráfica 2 – China en el ranking mundial	37
Gráfica 3 - IPC Colombia 1er semestre 2018-2019.....	44
Gráfica 4 – Gasto en moda por categorías	47
Gráfica 5 – Distribución del gasto en Colombia.....	55
Gráfica 6 – Gasto por capitales	57
Gráfica 7 – Participación por partida arancelaria.....	58
Gráfica 8 – Mapa localidades de Bogotá.....	66
Gráfica 9 – UPZ Localidades Meta.....	67
Gráfica 10 – Selección competencia potencial.....	70
Gráfica 11 – Canal de distribución	81
Gráfica 12 – Diseño de etiqueta permanente	94
Gráfica 13 – Diseño de etiqueta permanente	95
Gráfica 14 - Procedimiento para crear empresa en Colombia.....	113
Gráfica 15 - Simulación de costos para el registro mercantil.....	115
Gráfica 16 – Reducciones en aportes parafiscales	118
Gráfica 17 – Etapas estudio económico.....	123

Índice de Tablas

Tabla 1- Importaciones por trimestre 2018-2019.....	29
Tabla 2 – Ranking importaciones por país de origen	30
Tabla 3 – Matriz de selección.....	31
Tabla 4 - Importaciones y exportaciones 2018 China	34
Tabla 5 - Importaciones y exportaciones 1er semestre 2019 China.....	34
Tabla 6 – Tasa de desempleo China.....	36
Tabla 7 – Iniciativas para combatir la contaminación - China	39
Tabla 8 – Instituciones de Comercio Exterior - China	40
Tabla 9 – Iniciativas del MinTIC	48
Tabla 10 – Entidades intervinientes - Colombia	51
Tabla 11 – Normativa en Colombia	52
Tabla 12 – Gasto en moda por capitales.....	56
Tabla 13 – Clasificación arancelaria de los productos importados.....	60
Tabla 14 – Criterios de caracterización del producto	61
Tabla 15 – Criterios de clasificación del producto	62
Tabla 16 – Macrosegmentación de mercado	63
Tabla 17 – Características de mercado meta.....	64
Tabla 18 – Proyección cliente meta	68
Tabla 19 – Proyección cantidad de producto	69
Tabla 20 – Competidores por localidad.....	71
Tabla 21 – Análisis de la competencia	72
Tabla 22 – Análisis de proveedores	78
Tabla 23 – Selección de proveedor final	79
Tabla 24 – Precio por unidad	82
Tabla 25 – Comparación de precios.....	83
Tabla 26 – Análisis FODA	84
Tabla 27 – Estrategias de producto.....	86
Tabla 28 – Estrategias de producto.....	87
Tabla 29 – Estrategias de distribución	87
Tabla 30 – Estrategias de promoción.....	88
Tabla 31 – Medidas en la descripción de mercancías.....	90
Tabla 32 – Obligaciones incoterm FOB.....	91

Tabla 33 – Selección empresa transportadora.....	95
Tabla 34 – Proceso aduanero	97
Tabla 35 – Documentos de importación.....	98
Tabla 36 – Impuestos de importación	100
Tabla 37 – Costos de importación.....	101
Tabla 38 – Costos DDP por unidad.....	102
Tabla 39 – Gastos por unidad	103
Tabla 40 – Precios de venta.....	104
Tabla 41 – Variación en la creación de empresas.....	106
Tabla 42 – Constitución de personas jurídicas.....	107
Tabla 43 - Tamaño empresarial desde diciembre 2019	108
Tabla 44 - Elección nombre de sociedad	110
Tabla 45 - Costos de creación de empresa.....	122
Tabla 46 – Proyección de costos	124
Tabla 47 – Proyección gastos	125
Tabla 48 – Proyección de ingresos	126
Tabla 49 – Inversión inicial.....	127
Tabla 50 – Proyección Estado de resultados	128
Tabla 51 – Flujo de Caja	131
Tabla 52 – Fuentes de financiación.....	134
Tabla 53 – Sedes Fondo Emprender	136

Índice de Anexos

Anexo 1 - Selección país exportador.....	158
Anexo 2 – Macrosegmentación del cliente.....	168
Anexo 3 – Selección de competidores	170
Anexo 4 – Selección ciudad proveedora.....	172
Anexo 5 – Cotización proveedores indumentaria	173
Anexo 6 – Cotización proveedores empaques.....	176
Anexo 7 – Políticas de puntos.....	181
Anexo 8 – Cotización proveedores de tarjetas.....	182
Anexo 9 – Cotización páginas web	185
Anexo 10 – Eventos de moda	190
Anexo 11 – Embalaje internacional.....	192
Anexo 12 – Embalaje internacional.....	193
Anexo 13 – Cotización proveedores transporte internacional	197
Anexo 14 – Costos por partidas arancelaria.....	201
Anexo 15 – Gastos generales	204
Anexo 16 – Características de las sociedades jurídicas en Colombia	205
Anexo 17 – Tramite solicitud del RUT	210
Anexo 18 – Tramite solicitud del RUES	212
Anexo 19– Tarifas de matrículas y renovaciones 2019.....	213
Anexo 20– Tramite facturación electrónica	214
Anexo 21– Proyección de costos	218
Anexo 22 – Proyección de precios.....	220
Anexo 23– Inversión inicial.....	224
Anexo 24– Selección tipo de interés	227

Capítulo 1. Introducción

Este capítulo expone las generalidades del trabajo de tesis. En primer lugar, se realiza el planteamiento del problema, en segundo lugar, la justificación, en tercer lugar, se enuncian los objetivos, en cuarto lugar, se presentan los principales aspectos del marco teórico y la metodología, y finalmente, se expone la secuencia en la que se presenta el trabajo y los resultados obtenidos .

1.1. Planteamiento del Problema

Los proyectos pueden surgir por diferentes razones, entre ellas, se pueden evidenciar la existencia de problemas sin resolver, necesidades insatisfechas, o la presencia de oportunidades que pueden aprovecharse. En el presente trabajo, se evidencia la necesidad de conocer el proceso para la creación de una empresa como sociedad en Colombia y desarrollar un plan de negocios para iniciar un proceso de internacionalización; Y las razones que sustentan este argumento son:

- **Falta de conocimiento:** De acuerdo con la Asociación de Emprendedores de Colombia, en el país la falta de conocimiento en los procesos para crear una empresa legalmente como sociedad es uno de los obstáculos más grandes para muchos de los emprendedores, esto, debido a que a la hora de crearla formalmente no cuentan con la información adecuada o suficiente para llevar a cabo cada proceso, y es por ello, que menos del 35% de las empresas que se registran lo hacen como sociedades (El Espectador, redacción económica, 2017). Sin embargo, con la cantidad de compañías, organizaciones y bancos (Fondo emprender, Bancoldex, Connect bogotá region, etc) dedicados a promover el emprendimiento y la innovación, y sumando el cambio de presidencia (2018) y sus nuevas propuestas (reforma tributaria y ley de emprendedores), se generan oportunidades que pueden contribuir al emprendedor en la creación, el sostenimiento y crecimiento económico de las empresas en Colombia.

- **Dinámica del mercado textil en Colombia en los últimos años:** Por un lado, Gonzalez Litman (2019) sostiene que en el 2018 se presentó un aumento del 14,5% en el valor CIF total de las importaciones de prendas de vestir respecto al año anterior y en marzo de 2019 Inexmoda (2019) indico que las compras extranjeras de hilados, tejidos, artículos confeccionados y de fibras textiles, aumentaron en un 3,1 %, al tiempo que las importaciones de prendas de vestir y accesorios se incrementaron en un 5,7 % ese mes; Por otro lado, la Revista Dinero (2018) sostiene que en el país las prendas que presentaron mayor crecimiento en ventas fueron las blusas de mujer con un 14,76%, camisas de cuello para hombre con un 13,12% y camisas (remeras) con un 13,11%, además, la capital del país es la que mayor participación presenta al contar con cerca del 33% del total del gasto de los hogares colombianos
- **Acuerdos comerciales:** Colombia, actualmente presenta una variedad de acuerdos comerciales que no son aprovechados como se debería por los emprendedores y empresarios y que podrían contribuir más al crecimiento del comercio internacional de las prendas de vestir. A junio de 2019, Colombia cuenta con 3 acuerdos suscritos (Panamá, Israel y Reino Unido), 2 en negociación (Turquía, Japón), 13 vigentes (México, Chile, Mercosur, Alianza del Pacifico, Salvador, Guatemala, Honduras, EFTA, Costa Rica, Comunidad Andina, Corea, Unión Europea y Perú), 2 de promoción comercial (Canadá, Estados Unidos), 2 de complementación económica (CARICOM y Cuba) y 1 acuerdo de alcance parcial (Venezuela) (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, s.f.)

1.2. Justificación

La falta de conocimiento sobre la creación de empresas jurídicas en Colombia hace que los emprendedores prefieran matricularse como personas naturales, y esto se ve reflejado en la cantidad de inscritos el primer trimestre del 2019, del cual un 77,8% lo hicieron como personas naturales y solo un 22,2% como jurídicas (Confecámaras, 2019, p.1), Es por ello, que el trabajo ofrece al

emprendedor las bases necesarias acerca del proceso, los requerimientos, la documentación y las condiciones que se deben tener en cuenta a la hora de crear y formalizar una empresa como sociedad dentro del país.

Al crear una empresa, también se debe preparar un buen plan de negocios y este se convierte en un paso muy importante para los emprendedores ya que se requiere de un pensamiento claro para evaluar todos los aspectos a los que se enfrentan (mercado, competencia, precios, etc.). Es por ello, que con las oportunidades que presenta el país (dinámica del mercado textil y cambios económicos y políticos) y sumando los conocimientos adquiridos en la Maestría de Negocios Internacionales, el proyecto se orienta en realizar el plan de negocios que permita iniciar la actividad económica de la empresa creada y además, servir como hoja de ruta y de análisis estratégico para los emprendedores que deseen iniciar los procesos de internacionalización de sus empresas.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Desarrollar un plan de negocio para la creación de una empresa importadora y comercializadora de indumentaria femenina en Colombia

1.3.2. Objetivos Específicos

1. Seleccionar el país origen e identificar su situación actual y los diferentes oferentes.
2. Describir la situación actual del mercado de indumentaria femenina en Colombia.
3. Determinar los requerimientos y trámites para la importación.
4. Indicar los procedimientos necesarios para la constitución de la empresa y su puesta en marcha.
5. Proponer estrategias para asegurar la continuidad del negocio.
6. Estudiar la factibilidad financiera del negocio.

1.4. Aspectos Teóricos y Metodológicos

El trabajo se realiza bajo la metodología de enfoque descriptivo del concepto del plan de negocios de Torres Dujisin (2015) basado en el análisis de entorno y cuatro diferentes estudios (mercado, técnico, organizacional y económico), y contemplando las técnicas de recopilar, analizar y evaluar la información obtenida a través de revisión documental y solicitud de cotizaciones.

Los instrumentos teóricos que son tomados en cuenta desde el planteamiento del problema y para el desarrollo del trabajo son:

- Emprendedor entrepreneur basado en el emprendedor independiente que aplica las innovaciones a la creación de su propia empresa (Lobato Gómez, 2009, p. 10-11).
- Análisis PESTEL para identificar y evaluar las influencias que ambos países puedan ocasionar sobre el mercado meta en el proceso de internacionalización.
- Análisis FODA para definir los factores internos y externos del trabajo y establecer las diferentes estrategias comerciales.
- Internacionalización para enfocar el trabajo desde el punto técnico a la compra de mercancías y desde el punto estratégico, a la selección de proveedores eficaces en los mercados internacionales.
- Plan de negocios para definir los aspectos relacionados con el *estudio de mercado* (información del mercado local e internacional), el *estudio técnico* (proceso operativo de llevar a cabo la importación de indumentaria), *el estudio organizacional* (bases del proceso de crear una empresa en Colombia bajo la modalidad de sociedad) y *el estudio económico* (evaluación económica y financieramente el trabajo).

1.5. Presentación y Resultados

El trabajo de tesis se desarrolla y presenta en seis (7) capítulos. En el primero (1), se describe el tema, la problemática, los objetivos, los aspectos del marco conceptual, la metodología y los resultados finales, con el fin de conocer a profundidad el tema a abordar. En el segundo (2), se presentan los principales fundamentos teórico - conceptuales con el fin de conocer los elementos que sirven de marco al trabajo. En el tercero (3), se describe el tipo de investigación, las técnicas usadas y el desarrollo metodológico, este último, se divide en dos partes, el *análisis de entorno* y el *plan de negocios* (basado en el estudio de mercado, técnico, organizacional y económico). En el cuarto (4), se detalla el análisis y los resultados obtenidos, evidenciando el cumplimiento de los objetivos propuestos. En el quinto (5) se realiza la conclusión y las recomendaciones sugeridas. En el sexto (6), se cita la bibliografía usada en el desarrollo del trabajo. Y finalmente, en el séptimo (7), se presentan los anexos referentes al contenido considerado de gran extensión.

Capítulo 2. Marco Teórico

2.1. Emprendimiento

El concepto emprendedor ha tenido con el correr de los años diferentes definiciones. Aun así, varias de ellas hablan de cuatro puntos básicos sobre los que se apoya la acción del emprendedor: interviene en un sistema económico y social, actúa desarrollando la creatividad, aplica innovaciones en algunos de los elementos básicos de la actividad económica y busca la obtención de beneficios económicos. Por ello, se puede definir al **emprendedor** como aquella persona que, aplicando sus capacidades, convierte una idea en un proyecto económico, generando algún tipo de innovación y beneficios económicos y sociales (Lobato Gómez, 2009, p. 7).

Adicionalmente, Lobato Gómez (2009) toma como criterio de clasificación la autonomía del emprendedor y lo clasifica en dos: **el intrapreneur** (emprendedor dependiente que aplica las innovaciones en una organización ya existente) y **entrepreneur** (emprendedor independiente que aplica las innovaciones a la creación de su propia empresa); A su vez, el emprendedor entrepreneur se clasifica de acuerdo con la motivación en:

- Entrepreneur económico: Emprendedor cuya motivación es obtener el máximo beneficio posible con su actividad.
- Entrepreneur social: Emprendedor cuya motivación es procurar mejorar las condiciones de vida de los demás.
- Entrepreneur tecnológico: Emprendedor cuya motivación es el desarrollo de innovaciones de producto o proceso y la aplicación de los resultados de la investigación científica a la realidad cotidiana.
- Entrepreneur político: Emprendedor que busca el poder y su motivación fundamental es la autorrealización (p. 10-11).

Con base a las oportunidades detectadas tanto a nivel internacional (tratados de comercio) como a nivel nacional (reformas y leyes) y sectorial (crecimiento en

las importaciones de textiles), el trabajo se enfoca en la teoría del emprendedor entrepreneur debido a que la propuesta es la creación de una nueva empresa dedicada a la importación de indumentaria femenina en el país. Además, este se ve animado por las cuatro motivaciones, lo que hace la diferencia es la intensidad con la que se siente con cada una de estas, siendo el económico la principal motivación.

2.2. Análisis PESTEL

El análisis PESTEL permite identificar y analizar las influencias relacionadas al entorno Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal. Joanidis (2017) indica que las características de cada entorno son:

- **Político:** La situación política de un país siempre afectan el desarrollo de los negocios. Sin embargo, lo importante es determinar si la política afecta en particular a nuestro proyecto (p. 75).
- **Económico:** Se consideran solo aquellas cuestiones referidas a la economía que afectan a la idea de negocio o al sector en el que se encuentre inmerso el futuro emprendimiento, en este apartado basta con poner las cuestiones cruciales que pueden hacer virar la decisión de avanzar o no con la inversión (p. 76).
- **Social:** El contexto social influye en la aceptación, uso y fidelización del producto o servicio, en este aspecto se incluyen tanto los cambios en los hábitos y costumbres de las personas, como en la realidad social (p. 77).
- **Tecnológico:** En esta sección se incluyen aquellas nuevas tecnologías que pueden impactar en lo que se produce, en la forma que se produce o en su costo. Producción no solo es la fabricación de un bien, sino también la generación de un servicio (p. 77).
- **Ecológico:** Este apartado es el más complejo, porque no se debe incluir nada relacionado a la legislación en temas ecológicos. Este aspecto, se agrega para acompañar el desarrollo de la conciencia ecológica de las personas a lo largo y a lo ancho del mundo (p. 78).
- **Legal:** Se incluyen todos los aspectos normativos que influyen directa y exclusivamente sobre el negocio bajo **análisis** (p. 78).

2.3. Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta que sirve para saber en qué situación se encuentra una empresa en cuanto a sus fortalezas y debilidades internas y en relación con oportunidades y amenazas externas. Adicionalmente, otros objetivos de este análisis son poner de manifiesto los hechos principales que inciden en la organización, producto o marca, establecer segmentos y objetivos realistas y definir las estrategias y los medios más eficaces frente a los retos (Van Laethem, Lebon, & Durand-Mégret, 2014, p. 45).

Según Ediciones Diaz de Santos (1995), para desarrollar un análisis FODA se deben resolver las siguientes preguntas:

- ¿Qué factores obstaculizan el cumplimiento? (debilidades y amenazas)
- ¿Qué factores favorecen el cumplimiento y logro? (fortalezas y oportunidades) (p. 39).

Sin embargo, en un proyecto de negocios el análisis tiene diferencias en relación con una empresa en funcionamiento, ya que un proyecto es una actividad que se planea poner en operación y no un negocio que durante determinado tiempo se desempeñó en el mercado. Por lo tanto y debido a que no se tiene información basada en experiencia operativa específica de la actividad y producto, el análisis FODA se desarrolla aplicando conocimiento e información bajo la perspectiva macroentorno y microambiente de negocios del proyecto (Torres Dujisin, 2015, p. 204,205).

Torres Dujisin (2015) sostiene que a nivel macroentorno se usan los factores socioculturales, ecológicos, políticos, tecnológicos y jurídicos, y a nivel microambiente, se pueden indicar los siguientes factores sin decir que sean los únicos aspectos a considerar: producto, competencia, cliente y proveedores (p. 2019).

2.4. Internacionalización e Importación

En las últimas décadas, la economía mundial se ha caracterizado no sólo por los avances tecnológicos sino también por los fenómenos de globalización e integración. COLOMBIA, en este aspecto ha encaminado sus esfuerzos hacia formular acuerdos que le permitan integrarse en diferentes bloques comerciales de países, consciente de que esta realidad implica una mayor competitividad tanto en lo interno del mercado por la entrada de productos similares a los que se producen (apertura comercial), como en lo externo ya que la integración permite el acceso a otros mercados en condiciones de igualdad. Sin embargo, este fenómeno también obliga a las empresas a comprender mejor estos paradigmas comerciales y poder formular estrategias de internacionalización coherentes para lograr el exitoso frente a dichos procesos (Salazar Carvajal, s.f)

García (2012) sostiene que la internacionalización es un proceso que comprende todos los negocios empresariales que puede realizar la empresa en mercados exteriores. La exportación es el negocio internacional más habitual utilizado por las empresas para comenzar su internacionalización, pero no es el único. Los negocios empresariales internacionales se clasifican de acuerdo con su naturaleza comercial (importación y exportación), cooperativa (acuerdo internacional de cooperación empresarial), inversora (inversión directa en el exterior) o una combinación de ellas (proyecto en mercados exteriores) (p. 20,21)

El trabajo se enfoca en los negocios empresariales internacionales de naturaleza comercial, siendo la importación desde un punto de vista técnico la compra de mercancías y servicios en mercados exteriores y desde un punto de vista estratégico, el objetivo de la empresa para conseguir proveedores eficaces y de calidad en mercados exteriores.

2.5. Plan de Negocio

Unos años atrás cuando se quería iniciar con un negocio, las personas se limitaban a realizar los estados financieros proyectados y nada más. Sin embargo, a raíz del auge de las empresas, se comenzó a generalizar a nivel global la cultura de la elaboración del plan de negocios para poder tener acceso a financiamientos para este tipo de proyectos (Viniegra Rocío, 2007, p. 17).

El plan de negocios es una guía para el emprendedor o empresario y se trata de un documento donde se describe el negocio, se analiza la situación del mercado (estudio de mercado) y se establecen las acciones que se realizarán en el futuro, junto a las correspondientes estrategias que serán implementadas. (Torres Dujisin, 2015, p. 213).

Para elaborar un plan de negocios no existe una estructura definida, por el contrario, este se adapta de acuerdo con los objetivos de la empresa. Sin embargo, de acuerdo con Torres Dujisin (2015), las cuatro partes básicas con las que debe contar un plan de negocios son:

2.5.1. Estudio de Mercado

Para iniciar la creación de una empresa se necesita primero saber que precisa el cliente final (cómo, cuándo, dónde, en cuánto quiere el producto, entre otros aspectos) y para poder dar respuesta a estos interrogantes, es necesario realizar una investigación y/o estudio de mercado.

Kotler & Armstrong (2003) definen la investigación de mercados como el diseño, obtención, análisis y presentación sistemática de los datos pertinentes a una situación específica que la organización enfrenta (p. 160).

Torres Dujisin (2015), define el estudio de mercado como la fase de trabajo de formulación del proyecto que investiga, analiza, evalúa y proyecta todo lo relacionado con:

- **El producto:** Se refiere al bien o servicio que se pretende ofrecer.
- **La demanda:** Se refiere al consumidor del producto, para esta etapa se precisa una identificación segmentada eficiente del cliente.
- **La oferta:** Se refiere a los principales competidores, siendo estos empresas o personas que ofrecen un producto igual o similar al propio.
- **Los precios:** Se refiere al desarrollo de dos tareas; (a) fijar estrategia de precio del producto (b) determinar costo directo, gasto general unitario y margen de utilidad del producto.
- **Los proveedores:** Se refiere a los vendedores de las materias primas o mercancías que se pretende transformar y/o comercializar.
- **La distribución:** Se refiere al canal usados para llegar al cliente final
- **Estrategias Comerciales:** Se refiere al diseño de acciones concernientes a la venta del producto (p. 55,56).

Con lo anterior, se evidencia la necesidad de realizar un estudio de mercado para la creación y puesta en marcha del trabajo, ya que permite al emprendedor obtener y analizar los datos más relevantes para el desarrollo de este.

2.5.2. Estudio Técnico

“El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado” (Facultad de economía UNAM, s.f, p. 53).

Torres Dujisin (20015) sostiene que intentar exponer un estudio técnico en forma específica que resulte válida para cualquier tipo de proyecto de negocios no es posible, y esto se debe al simple hecho de que no se puede colocar en un mismo “canasto” un proceso operativo para generar un servicio, de un proyecto

comercial o manufacturero. Sin embargo, hay un factor común que se presenta en todo proceso operativo y es el contar con una fase inicial, de proceso y de resultado. Los aspectos que abarcan cada fase son:

- **Fase Inicial:** Todo lo relacionado con el ingreso del insumo que se necesita para generar lo que se quiere.
- **Fase de proceso:** Todo lo relacionado con el proceso necesario para obtener el bien o servicio final.
- **Fase final:** Todo lo relacionado con la distribución final del producto hasta llegar a manos el cliente final (p. 100).

Y la Facultad de economía UNAM (s.f) afirma que:

La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero (p. 53).

2.5.3. Estudio Organizacional

Este estudio tiene como fin determinar las necesidades de carácter administrativo y legal que se precisan para la organización y funcionamiento del proyecto de negocio. De manera que se deben identificar los requisitos reglamentario-normativos que hay que cumplir para poder funcionar y desenvolverse empresarialmente (Torres Dujisin, 2015, p. 123).

Con base a lo anterior, se establecen las siguientes cuestiones al momento de crear una empresa:

- **Definir forma de constitución:** Se refiere al tipo de sociedad y el nombre comercial que tendrá la empresa cuando se constituya legalmente.
- **Realizar clasificación económica:** Se refiere a la clasificación de las unidades productivas en una actividad económica específica.

- Identificar y nombrar los tramites y requisitos normativo-legales: Se refiere a los tramites y exigencias que hay que cumplir ante las diferentes entidades para obtener el permiso de funcionamiento.
- Identificar y cuantificar los gastos: Se refiere a los gastos concernientes a la constitución y puesta en marcha de la empresa.

Y con este estudio, el emprendedor tendrá las bases principales y necesarias para iniciar el proceso de crear una empresa; además, de contar con una guía para cada proceso y una aproximación de los gastos concernientes a cada uno.

2.5.4. Estudio Económico

El estudio económico tiene como finalidad efectuar una valoración económica-financiera del proyecto. “Esta tarea, en lo sustantivo, consiste en efectuar análisis de cálculo evaluativo de rentabilidad del proyecto mediante la construcción del flujo de caja proyectado, basado en las cifras de ingresos, gastos, costos e inversión inicial” (Torres Dujisin, 2015, p. 133).

El análisis de esta información se puede efectuar mediante dos formas dependiendo la complejidad del proyecto según Torres Dujisin (2015):

- Menos detallada: Consiste en vaciar en la proyección de flujo de caja las cifras de ingresos, costos, gastos, inversión, depreciación, amortización.
- Más detallada: Además de la proyección de flujo de caja, se elaboran presupuestos específicos; de inversión, de gastos administrativos, de costos de producción, y otros (p. 138).

Finalmente, con base a todo lo anterior, se puede decir que contar con un plan de negocios asegura al inversionista o institución crediticia que se analizó la propuesta en detalle, por lo tanto existen grandes posibilidades de éxito ya que para el desarrollo se tuvo que analizar que el producto realmente cuente con un mercado dispuesto a adquirirlo, que sea rentable su importación y comercialización y además, que opere de forma tal que asegure el éxito a través del tiempo (Viniestra Rocío, 2007, p. 18).

Capítulo 3. Metodología

3.1. Tipo de Investigación

Este trabajo de investigación contiene un enfoque descriptivo del concepto del plan de negocios de Torres Dujisin (2015) aplicado a la propuesta para la creación de una empresa colombiana dedicada a la importación y comercialización de indumentaria femenina. El método descriptivo, “es una forma de estudio para saber quién, dónde, cuándo, cómo y por qué del sujeto en estudio. En otras palabras, la información obtenida en un estudio descriptivo explica perfectamente a una organización, el consumidor, objetos, conceptos, etc.” (Namakforoosh, 2005, p. 91).

Este método contempla la técnica de recopilar, analizar y evaluar la información obtenida a través del análisis de entorno y los cuatro estudios que integran el plan de negocios, con el objetivo final de servir de guía al momento de crear una empresa y apoyar la toma de decisiones sobre la implementación del trabajo (Torres Dujisin, 2015).

Inicialmente, se realiza el análisis PESTEL como complemento del estudio de mercado para analizar en profundidad un entorno nacional e internacional del trabajo. En este apartado, se desarrolla el análisis de los dos mercados que intervienen en la internacionalización del emprendimiento con el fin de identificar y evaluar las influencias que ambos países puedan ocasionar sobre el mercado meta (Colombia) y la actividad estratégica estudiada (proceso de importación de indumentaria).

Después, se efectúa el plan de negocios de la empresa creada desarrollando cada uno de los estudios que lo integra con base al concepto de Torres Dujisin (2015).

El primer análisis es el estudio de mercado, en este se busca obtener y analizar los datos más relevantes en el desarrollo del trabajo. Aquí se recopila toda la información necesaria sobre el mercado local (competencia, cliente, promoción) y el mercado internacional (país desde el cual importar, proveedores, etc.). Posteriormente, con la información obtenida en este estudio y sumando la información recolectada del análisis PESTEL, se desarrolla el análisis FODA para definir los factores internos y externos del trabajo y evaluar y establecer las diferentes estrategias comerciales.

El segundo análisis es el estudio técnico, en este se establece el proceso operativo que se necesita realizar para llevar a cabo la importación de indumentaria femenina a Colombia. Para ello, se recopila información y se desarrollan las tres fases, (1) fase inicial que abarca todo lo relacionado con la compra de la indumentaria hasta su despacho en el país exportador, (2) fase de proceso que abarca todo lo relacionado con el proceso de importación de indumentaria hasta llegar al lugar seleccionado en el estudio de mercado (cantidades, selección de modos de transporte, incoterms, requisitos de importación, costos, gastos, precio de venta por unidad, entre otros) y (3) fase final que abarca todo lo relacionado con la distribución del producto hasta llegar a manos del cliente final.

El tercer análisis es el estudio organizacional, se recopila la información necesaria para brindar al emprendedor las bases para iniciar el proceso de crear una empresa en Colombia bajo la modalidad de sociedad; además, de contar con una guía de trámites, requisitos, procesos y costos para la creación y puesta en marcha de la empresa.

Y el cuarto análisis es el estudio económico, en este se realiza una evaluación económica-financiera del trabajo, logrando establecer la cantidad de dinero requerido, las posibles formas de financiación y los requisitos y procedimientos para acceder a estas.

3.2. Técnicas y Enfoques

El trabajo presenta un enfoque predominantemente cualitativo, sin embargo, también se recolectan datos cuantitativos que sirven para el desarrollo del trabajo. De acuerdo con Univalle (s.f.) las principales técnicas que se usan en la elaboración del trabajo para la recopilación de datos son:

- **Revisión documental:** Consiste en el análisis y evaluación de datos extraídos y recopilados de documentos escritos, libros, estadísticas, periódicos o documentos derivados de páginas web. En el contexto de este trabajo, se tiene en cuenta la literatura científica, los sitios web y las publicaciones de instituciones estatales y de la industria investigada.
- **Cotizaciones:** Para el desarrollo del trabajo se solicitarán cotizaciones a proveedores de indumentaria, agencias de transporte internacional y agentes aduaneros, con el fin de poder seleccionar el más conveniente en cuanto a precio y calidad.

3.3. Desarrollo Metodológico

3.3.1. Análisis de Entorno

Santesmases Mestre, Sánchez Guzmán, & Valderrey Villar (2014) sostienen que la relación de intercambio entre la empresa y el mercado se desarrolla dentro de un sistema comercial que cuenta con una serie de factores no controlables por la empresa. Los factores que constituyen el microambiente están más próximos a la relación de intercambio y su influencia es más inmediata, por el contrario, los factores que constituyen el macroentorno tienen una influencia menos inmediata y afectan no sólo a la actividad comercial sino también a otras actividades humanas y sociales (p. 45).

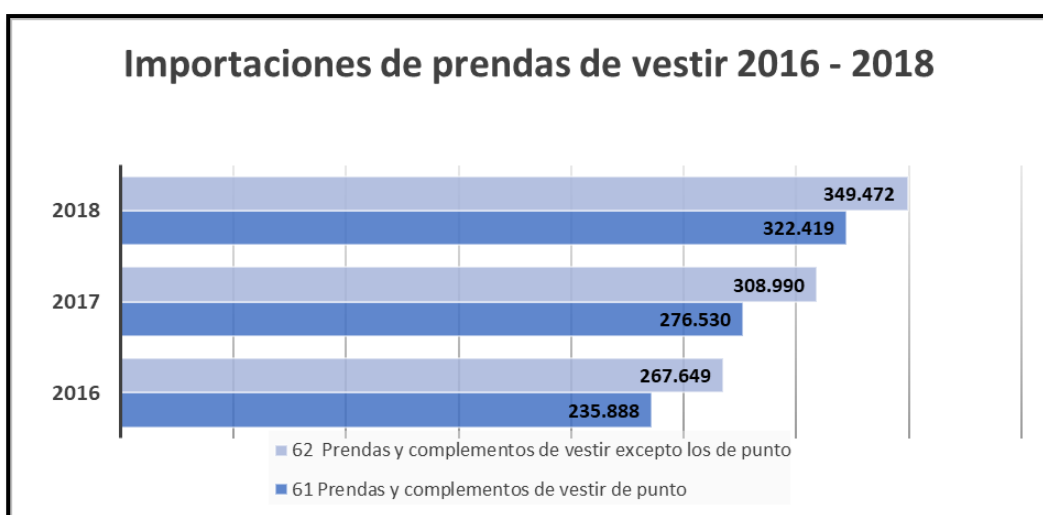
3.3.1.1. Análisis Macroentorno

La posición arancelaria es el código que caracteriza una mercancía internacionalmente. En esta sección, se pretende analizar la dinámica de las importaciones de los capítulos arancelarios 61 (de punto) y 62 (excepto los de punto) correspondientes a las prendas y complementos (accesorios) de vestir en Colombia, con el fin de seleccionar el país de origen y examinar los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales que pueden afectar la actividad comercial de la empresa creada.

3.3.1.1.1. Dinámica de las Importaciones

Durante los últimos tres años las importaciones de prendas y complementos de vestir en Colombia han presentado una variación positiva. En el 2017, el mercado presentó un incremento del 16,3% respecto al año anterior, y en el 2018, aunque no superó el porcentaje incremental del año anterior, sí presentó una variación positiva del 14,8%. Además, de los dos capítulos, el 62 es el que presenta una mayor cantidad de importaciones en términos CIF (USD).

Gráfica 1 - Importaciones 2016 – 2018 (Valor CIF en miles de USD)



Fuente: Elaboración propia con base a datos de LegisComex. Los valores se expresan en miles de dólares.

Adicionalmente, en lo corrido del primer trimestre del 2019 se han realizado importaciones de prendas y complementos de vestir en términos CIF por un total de USD 143.297 mil, representando un aumento del 1,1% respecto al primer trimestre del año anterior.

Tabla 1- Importaciones por trimestre 2018-2019

I Trimestre		
Capítulo	2018	2019
61	66.321,9	67.070,9
62	75.450,6	76.227,1
Total	141.772,5	143.298,0

Fuente: Elaboración propia, con base a datos de LegisComex. Los valores se expresan en miles de dólares.

Finalmente, con base a lo anterior, se puede evidenciar que en Colombia las importaciones de prendas y complementos de vestir son un sector en constante crecimiento, y por lo cual, es una oportunidad para ingresar al mercado colombiano con mayores probabilidades de éxito.

3.3.1.1.2. Países de Origen

Las mercancías importadas en Colombia se dividen de acuerdo con el país de origen y el país de procedencia. Conocer esta diferencia es muy importante ya que dependiendo el país de origen las mercancías pueden recibir beneficios arancelarios al ingresar al país importador.

El país de origen se entiende como aquel que ha completado la última fase del proceso de fabricación para que un producto adopte su forma final y el país de procedencia como aquel desde el cual se despacha la mercancía (ALADI, s.f), en la mayoría de las ocasiones ambos coinciden, pero no siempre es así.

Durante los últimos años, Colombia ha importado prendas y complementos de vestir en términos CIF (USD) desde los siguientes países de origen:

Tabla 2 – Ranking importaciones por país de origen

País de origen	Valor CIF (miles de USD)			
	2016	2017	2018	2019
China	247.940,9	280.280,5	323.174,3	119.545,8
Bangladesh	34.146,9	52.269,0	74.210,4	28.822,8
Turquía	27.389,3	33.798,6	37.052,6	14.694,3
Vietnam	29.624,4	32.746,1	34.656,1	14.330,4
India	19.399,2	22.861,3	22.342,9	9.514,6
Otros	145.037,1	163.564,2	180.454,1	68.910,1
Total	503.537,8	585.519,5	671.890,4	255.818,0

Fuente: Elaboración propia con base a datos de LegisComex. Valores expresados en miles de dólares.

Las importaciones de prendas y complementos de vestir en Colombia en términos CIF (USD) han sido lideradas por China con un aumento del 30% en los últimos tres años. Por otro lado, aunque no se genera una participación similar a la de China, las mercancías importadas con origen Bangladesh lograron aumentar bajo el mismo termino y periodo un 117%.

3.3.1.1.3. Selección del País Exportador

Para seleccionar el país exportador el primer paso es realizar un análisis sobre los posibles mercados, para ello, se realiza una matriz de selección tomando en cuenta los tres primeros países del ranking de importaciones por país de origen (ver anexo 1- detalle matriz de selección).

Tabla 3 – Matriz de selección

Matriz de selección - Variables 90 puntos	China	Bangladesh	Turquía
Aspectos generales y comerciales (30 puntos)			
Idioma	1	1	1
Localización geográfica (km)	3	1	5
Comportamiento de la divisa frente al dólar	5	5	1
Acuerdos comerciales vigentes	1	1	3
Riesgo país	5	3	1
Facilidad para hacer negocios	3	1	5
Subtotal aspectos generales y comerciales	18	12	16
Aspectos de Comercio Exterior (30 puntos)			
Participación importaciones en kilos brutos 2018	5	3	1
Participación importaciones en unidades 2018	5	1	1
Valor CIF por kilo importado 2018	5	5	1
Valor CIF por cantidades importada 2018	5	3	1
Dinámica del valor CIF por kilo 2017-2018	5	5	1
Dinámica del valor CIF por cantidades 2017-18	3	5	3
Subtotal aspectos de comercio exterior	28	22	8
Aspectos Logísticos (30 puntos)			
Transporte	5	1	3
Tiempo (días en tránsito)	3	1	5
Tiempo (cumplimiento transfronterizo)	3	1	5
Costo (cumplimiento transfronterizo)	5	1	3
Tiempo (cumplimiento documental)	3	1	5
Costo (cumplimiento documental)	3	1	5
Subtotal aspectos logísticos	22	6	26
TOTAL	68	40	50

Fuente: Elaboración propia (2019)

De acuerdo con la matriz de selección **CHINA** es el país elegido para realizar el proceso de importación a Colombia. Sin embargo, para futuros negocios se puede tener en cuenta a Turquía y Bangladesh quienes a pesar de no obtener lo más altos resultados mostraron ser países competitivos y el en el caso de Turquía el más eficiente en aspectos logísticos.

3.3.1.1.4. Análisis PESTEL del País Exportador

En este apartado se desarrolla un análisis detallado sobre el mercado chino con el fin de identificar y evaluar las principales influencias que pueden afectar la actividad estratégica del trabajo. Es decir, dado que la empresa del trabajo se dedicará a comprar indumentaria China para importar a Colombia, es necesario analizar los diferentes entornos del país de origen respecto a la producción y exportación con el fin de saber si el país está en condiciones de continuar y mantener en el tiempo las relaciones comerciales, o, por el contrario, no cuenta con una estabilidad en algún entorno ocasionando efectos negativos en el proceso de internacionalización.

Aspecto Político

Este aspecto busca determinar los principales factores en materia política que puedan afectar positiva o negativamente el comercio internacional entre China- Colombia y por ende la ejecución del trabajo.

China es una república socialista con un sistema regido por el partido comunista (PCC). Su presidente desde el año 2013 es Xi Jinping, quien en 2018 junto con la legislatura de China eliminaron los límites de mandato para la presidencia (Observatorio de la Política China, 2019, p. 7). Con esto, se espera que el gobierno de Xi al ser indefinido garantice el desarrollo económico sostenible de las empresas.

En política comercial, uno de los principales objetivos es acelerar la optimización del comercio, y para ello, China se propone prestar una atención especial a la modernización de las industrias existentes y el desarrollo de industrias limpias (World Trade Organization, 2018, p. 36).

En política cambiaria, China maneja un tipo de cambio flotante que toma como referencia una cesta de monedas. Sin embargo, para contrarrestar las volatilidades y mitigar el efecto de arrastre, el PBOC introdujo un factor anticíclico en la determinación de los tipos de cambio (World Trade Organization, 2018, p. 9).

Finalmente, en política exterior China ha tomado en los últimos años algunas medidas debido a los desencuentros con Estados Unidos y otros países occidentales. Algunas de estas medidas fueron:

- Aumentar aranceles: China y Estados Unidos libran una guerra comercial en donde se imponen aumentos de aranceles a las importaciones provenientes del país contrario, logrando con ello una disminución del comercio bilateral.
- Diversificar el comercio exterior: Se estima que de los \$ 250 mil millones en exportaciones chinas sujetas a aranceles estadounidenses, aproximadamente el 82% sea capturado por empresas en otros países, el 12% retenido por empresas chinas y solo el 6% capturado por empresas estadounidenses (UNCTAD, 2019, párr. 5)
- Generar nuevas relaciones comerciales: En esta medida se destacan dos aspectos, el primero es el fortalecimiento de la relación China-América Latina con la iniciativa Una franja Una ruta (Hilton, 2019) y el segundo la relación China- Colombia, que desde el establecimiento de las relaciones diplomáticas se ha fortalecido la relación política, destacando la reciente visita del presidente colombiano a China (Embajada Colombiana en China, 2019)

Aspecto Económico

Este aspecto busca analizar el PIB y la inflación como indicadores nacionales y las exportaciones e importaciones como indicadores internacionales, con el fin de determinar si el país es estable económicamente y presenta factores positivos que permitan continuar con los negocios en el tiempo.

En 2017 el PIB creció un 6,75% anual, en 2018 aun con la constante preocupación sobre los riesgos en medio de una reestructuración económica alcanzo un crecimiento del 6,6% anual y en lo corrido del primer semestre del 2019 se logró un 6,3% (World Bank Group, s.f).

La inflación de China se puede analizar de acuerdo con el IPC y el IPP. Por un lado, el IPC indica la variación en los precios que se encuentran directamente relacionados con los consumidores, en 2018 la tasa cerro en 2,1% mientras que en lo corrido de los primeros 7 meses del 2019 la tasa ya va en 2,3% (World Bank Group , 2018a). Por otro lado, el IPP representa la tasa de variación en los precios de las mercancías producidas, el cual durante el primer semestre de 2019 se evidencio una disminución de 0,3% respecto al año anterior (NBS China, 2019a).

Las importaciones y exportaciones totales de China en el 2018 y lo corrido del 2019 (siete meses) fueron por:

Tabla 4 - Importaciones y exportaciones 2018

Año 2018	Totales	Importaciones	Exportaciones
Yuan (billones)	30,5	14,1	16,4
Dólar (billones)	4.6	2.1	2.5

Fuente: Elaboración propia con base a (General Administration of Customs China, 2019)

Tabla 5 - Importaciones y exportaciones 2019

2019 (1er semestre)	Totales	Importaciones	Exportaciones
Yuan (billones)	17,4	7,9	9,5
Dólar (billones)	2,6	1,2	1,4

Fuente: Elaboración propia con base a (General Administration of Customs China, 2019a)

De acuerdo con las anteriores tablas, en el año 2018 las exportaciones e importaciones crecieron en yuanes un 7,1% y 12,9% respectivamente comparados con el año anterior (en dólares un 2,48% y 15,8%). Por el contrario, en lo corrido del año 2019, las exportaciones e importaciones aumentaron solo un 6,7% y 1,3% respectivamente en términos de yuanes (en dólares, las exportaciones aumentaron tan solo 0,6% y las importaciones disminuyeron un 4,5%).

China es uno de los principales productores y exportadores mundiales de textiles y prendas de vestir, quien debido a la reestructuración económica de los últimos años sufrió durante los primeros meses del 2019 una fuerte caída. Sin embargo, en el mes de julio, este sector reanudo su crecimiento logrando a la fecha exportaciones totales de prendas de vestir por 561.26 mil millones de yuanes (16.75 millones de dólares- 0,3%) representando un 2% más que el año anterior (China Textile News, 2019).

Finalmente, hay que tener en cuenta que el crecimiento económico de China para el 2019 se pronostica en 6,2% y para el 2020 en tan solo 6,0%, pudiendo variar el porcentaje si la guerra comercial con EE. UU continúa o finaliza (Fondo Monetario Internacional, 2019).

Aspecto Social

Este aspecto busca analizar los indicadores de empleo/desempleo de China con el fin de evidenciar si dichas tasas influyen sobre la producción interna del país y por ende el ejercicio del sector textil.

Empleo y fuerza laboral: En China 788,4 (millones) de personas pertenecen a la población activa y un 70,9% a la fuerza laboral mayor de 15 años (2016) (World Bank Group, 2018). En 2017 el número de personas empleadas en empresas públicas descendió en 13,5 millones de personas respecto al año anterior, por el contrario, el número de personas empleadas en empresas privadas no dejó de crecer año tras año, ascendiendo a 133 millones en las zonas urbanas y 62,5 millones en las zonas rurales (Oficina económica y comercial de España en Pekín, 2018).

Desempleo: En zonas urbanas la tasa de desempleo cerró en el mes de diciembre del 2018 con un 4,9% y en lo corrido del 2019 se registró una tasa máxima del 5,3% y una mínima del 5,0% (NBS China, 2019).

Tabla 6 – Tasa de desempleo China

Periodo	2018	Ene-19	Feb-19	Mar-19	Abr-19	May-19	Jun-19
Tasa	4,9%	5,1%	5,3%	5,2%	5,0%	5,0%	5,1%

Fuente: Elaboración propia en base a (NBS China, 2019)

Responsabilidad social: El Consejo Nacional de Textiles y Confecciones de China (CNTAC) ha logrado en los últimos años que la responsabilidad social sea una tarea de desarrollo estratégico; Con base a ello, se destacan dos aspectos importantes:

- The Responsible Supply Chain Association (RSCA): Organismo compuesto por empresas, compradores y otras partes dentro de la cadena de suministro textil, cuyo objetivo es utilizar los recursos para aumentar la conciencia y promover ideas relacionadas con la responsabilidad (The responsible Supply Chain Association, s.f).
- Pacto de sostenibilidad corporativa para la industria textil y de la confección: El pacto CSC9000T se firmó con el fin de proporcionar a las empresas un código de conducta y enfoque operativo, para que puedan identificar los riesgos y oportunidades de responsabilidad social en sus productos, servicios y relaciones comerciales (China National Textile and Apparel Council, 2018).

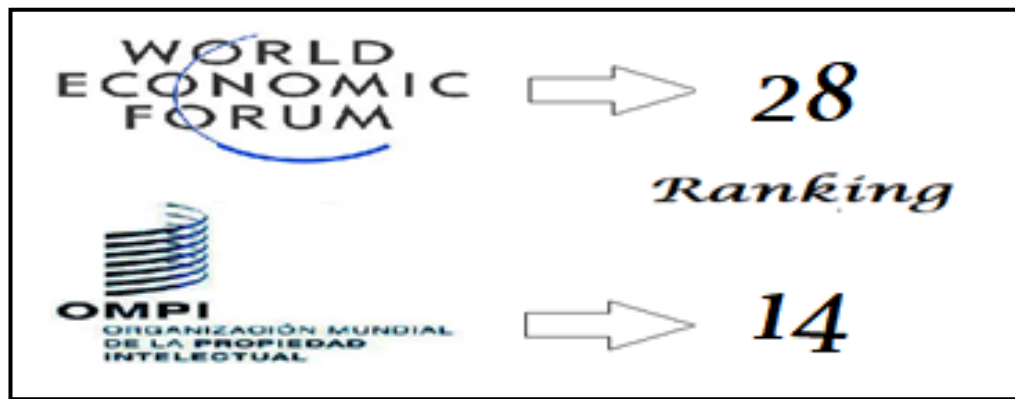
Aspecto Tecnológico

Este aspecto busca determinar si China invierte tecnológicamente al sector textil logrando mantener una competitividad en la producción o si por el contrario, no invierte en este sector haciendo que la maquinaria y los procesos sean cada vez más obsoletos.

En China, el Ministerio de Ciencia y Tecnología es el encargado de implementar las políticas sobre la tecnológica del país. En 2018, el gasto en ciencia y tecnología aumento un 13.5% respecto al año anterior (NBS China, 2019b), logrando posicionarse en el puesto 17 de las economías más innovadoras del mundo (Cornell University, INSEAD & WIPO, 2019. p. 242).

El foro económico mundial clasifica a China en el puesto 28, destacando en términos tecnológicos los indicadores de calidad de las instituciones de investigación (puesto 2) y las publicaciones científicas (puesto 14) (World Economic Forum, 2018. P. 159). Y la OMPI clasifica a China en el puesto 14, destacando el indicador de impacto (puesto 1) y creación (puesto 4) de conocimiento (Cornell University, INSEAD & WIPO, 2019. P. 242).

Gráfica 2 – China en el ranking mundial



Fuente: Elaboración propia (2019). El foro económico mundial y OMPI clasifican anualmente a los diferentes países de distintas regiones de acuerdo con un número determinado de pilares e indicadores; El primero clasifica 140 países en 12 pilares y 98 indicadores y el segundo 130 países en 7 pilares y 80 indicadores.

Respecto al sector textil, algunos de los progresos en el tema de inversión, desarrollo y tecnología en el país fueron:

- La inspección de dos grandes proyectos (1) Tecnología de preparación de fibras y textiles funcionales de alta calidad y (2) Tecnología clave para la preparación de textiles de alta conformación (Ministry of Science and Technology of the People's Republic of China, 2019).
- La aprobación para la construcción del (1) laboratorio nacional de formación de fibras y textiles de Qingdao y (2) el centro nacional de investigación de tecnología de ingeniería de hilatura (Ministry of Science and Technology of the People's Republic of China, 2018).

Aspecto Ecológico

En la industria textil, los procesos de impresión y teñido son los más importantes en la cadena de producción, sin embargo, también son los mayores consumidores y generadores de aguas residuales. Es por ello y debido a que el trabajo busca importar prendas chinas ecológicas, que este aspecto intenta determinar si el país regula y combate tanto la contaminación que genera la producción, como la comercialización de productos textiles sostenibles.

En 2015, se implementó el plan Water Ten con el fin de reducir el consumo de agua y emisiones contaminantes, dos años después, se evidencio un ahorro de agua del 10% al 50% (Ministry of Ecology and Environment of the People's Republic of China, 2018a).

Después de años de modificaciones (uniones y separaciones) relacionadas con la dirección del medio ambiente, en el año 2018 se dio a conocer oficialmente al Ministerio de Ecología y Medio Ambiente de la República de China como encargado de establecer y mejorar el sistema básico del medio ambiente ecológico (Ministry of Ecology and Environment of the People's Republic of China, 2018).

En 2019, China se ubicó en el puesto 67 (ascendiendo 11 posiciones respecto al año anterior) en el tema de sostenibilidad ecológica e impulsado por el indicador ISO 14001 (puesto 14) (Cornell University, INSEAD & WIPO, 2019). Esta ISO es una norma internacional que permite a las organizaciones establecer un mecanismo para mejorar la gestión del medio ambiente (China Quality Certification Centre, s.f).

Algunas de las iniciativas de China para lograr que el país sea más ecológico y obtenga una mejor posición a nivel internacional son:

Tabla 7 – Iniciativas para combatir la contaminación - China

Iniciativa	Desarrollo	Logro
Mejor reglamentación	Creación del Ministerio de Ecología y Medio Ambiente.	Unión de políticas relacionadas con las aguas subterráneas y cambio climático.
Mas aire limpio	Adopción de medidas para dismantelar las centrales eléctricas de carbón y reducir los niveles de emisiones.	Avances en la calidad del aire, menos días de esmog en las ciudades más grandes de China.
Financiamiento	Cobro del impuesto ambiental y atracción de inversiones ecológicas.	Iniciativa en proceso con el fin de financiar la transición hacia una economía ecológica.
Zonas de desarrollo sostenible	En 2018 se aprobaron tres zonas de desarrollo sostenible, Shenzhen, Guilin y Taiyuan.	Iniciativa en proceso con el fin de implementar los objetivos de desarrollo sostenible 2030 de las Naciones Unidas.

Fuente: Elaboración propia con base a (World Economic Forum , 2018a).

Aspecto Legal

La Ley de comercio exterior (1994) establece que el departamento de comercio exterior competente del Consejo de Estado será el encargado del trabajo nacional de comercio exterior. Actualmente, El Ministerio de Comercio establece 31 instituciones y/o departamentos encargados de diferentes funciones. Respecto al comercio exterior, los departamentos involucrados son:

Tabla 8 – Instituciones de Comercio Exterior - China

Departamento	Funciones
Departamento de Comercio Exterior wms.mofcom.gov.cn	Formular políticas y medios de gestión para la importación y exportación de mercancías.
Buró de Industria, Seguridad y Control de Importaciones y Exportaciones aqygzj.mofcom.gov.cn	Formular y aplicar políticas sobre el control nacional de importación y exportación
Departamento de Comercio y relaciones económicas sms.mofcom.gov.cn	Formular e implementar políticas económicas y comerciales regionales y multilaterales.
Departamento de asuntos de la OMC sms.mofcom.gov.cn	Representar al gobierno chino ante la OMC e impulsar la estandarización de comercio internacional

Fuente: Elaboración propia con base a (Ministry of Commerce of the People's Republic of China, 2010)

Adicionalmente, el sector textil cuenta con la Cámara de Comercio para la Importación y Exportación de Textiles (CCCT) que se creó en 1988 y tiene como función orientar y brindar un servicio en el desarrollo sostenible de la industria textil y la confección (China Chamber of Commerce for Import and Export of Textile and Apparel, s.f).

Conclusión del Análisis PESTEL de China

Con base al análisis anteriormente desarrollado se determina que los aspectos positivos (+) y negativos (-) que influyen o pueden influir en la puesta en marcha del trabajo son:

- **Político:** (+) El gobierno de China implementa políticas para (1) fortalecer la relación comercial China-Colombia, (2) mejorar la optimización de las industrias y (3) contener el efecto arrastre de divisas, logrando mantener estable su tipo de cambio y convertir sus industrias competitivas.
- **Económico:** (-) Aumento del IPC y disminución en la producción de bienes y servicios en lo corrido del 2019. (+) Reducción del IPP y sostenimiento positivo de la balanza comercial con un superávit de 1,55 billones de yuanes (0,22 billones de dólares).
- **Social:** (+) Tasas de empleo en constante crecimiento y representación de un organismo en la industria textil y de la confección encargado de proteger los derechos de los trabajadores y mejorar el desarrollo de las empresas en temas de responsabilidad social.
- **Tecnológico:** (+) China es un país que invierte en temas tecnológicos como se evidencia en el decimotercer Plan Quinquenal que estableció acelerar el desarrollo de la innovación científica y tecnológica en el campo de los materiales textiles (Ministry of Science and Technology of the People's Republic of China, 2018),
- **Ecológico:** (+) China es un país comprometido con el medio ambiente y aunque falte mucho por realizar, tiene la iniciativa de convertirse en una economía ecológica evidenciado con la implementación de medidas tanto a nivel global como en el sector textil.
- **Legal:** (-) China en el tema de calidad reglamentaria se ubica en el puesto 81 de los 130 países (Cornell University, INSEAD & WIPO, 2019).

De los 6 análisis realizados a China, se evidencia un porcentaje mayor en aspectos positivos, es por ello, que se concluye que actualmente el país asiático es estable y óptimo para realizar negocios comerciales.

3.3.1.1.5. Análisis PESTEL de País Importador

En este apartado se desarrolla el análisis PESTEL de Colombia con el fin de identificar las oportunidades y amenazas que se presentan en los diferentes entornos relacionados con la creación de empresa y la actividad estratégica de la misma (proceso de importación de indumentaria).

Conocer estos factores hace que las oportunidades se puedan aprovechar y por el contrario las amenazas existentes se puedan prevenir y reducir. Este análisis se debe realizar de forma periódica por las empresas para tener información actualizada de los diferentes entornos. A continuación, se desarrolla el análisis PESTEL con información a agosto de 2019.

Aspecto Político

Colombia es un estado social de derecho organizado en forma de república unitaria, descentralizada, democrática, participativa, pluralista, con autonomía de sus diferentes entidades territoriales (Constitución Política de Colombia, 1991. art. 1) y representada por el presidente Iván Duque desde el año 2018.

En política fiscal, desde el 2014 el Ministerio de Hacienda y Crédito Público se ha encargado de mantener el presupuesto equilibrado tratando de mejorar la recaudación a través de una reducción de ineficiencias y una lucha contra la evasión fiscal (World Trade Organization, 2018a). Algunas medidas tomadas por el Ministerio que influyen en la creación y sostenimiento de una empresa en el país son:

- Ley de financiamiento: Dentro de esta ley se incluyeron medidas como: (1) adopción del delito penal por la omisión de activos, inclusión de pasivos inexistentes y evasión tributaria, (2) eliminación al impuesto de ganancias ocasionales (3) unificación del impuesto bajo el régimen simple de tributación, (4) creación de nuevos impuestos (Ley 1943, 2018).

- Ley de emprendimiento juvenil: Esta ley busca promover la creación de nuevas empresas jóvenes ofreciendo beneficios en el pago de la matrícula mercantil y el aporte a las cajas de compensación (Ley 1780, 2016).

En política comercial exterior, Gómez (2018) asegura que el gobierno anterior obtuvo logros en la apertura de nuevos mercados y una mejora en los trámites ante las entidades que intervienen en el comercio exterior (párr. 4). Y ahora con el nuevo gobierno, las principales líneas de acción son:

- Facilitar el comercio internacional implementando estrategias como Colombia Ágil (programa que tiene como finalidad que las relaciones del ciudadano con las instituciones del Gobierno sean más ágiles y sencillas) y las mesas de facilitación del comercio (espacios para elaborar planes de acción referentes a la facilitación comercial) con el fin de mejorar costos y tiempos en los procesos (párr. 6).
- No negociar más acuerdos comerciales y se tendrá un plan para el aprovechamiento de los que actualmente se tienen.
- Reducir el tiempo de desaduanamiento y aumentar el porcentaje de declaraciones de importación anticipadas con el fin de reducir el contrabando en sectores sensibles como el textiles y confecciones (párr. 7).

Finalmente, en política monetaria y cambiaria, Colombia sigue un tipo de cambio flexible con el fin de mantener la tasa de inflación baja y estable, alcanzar los niveles del producto cercanos a su valor potencial y contribuir a la estabilidad financiera y del sistema de pagos (Banco de la República de Colombia, s.f). Al 31 de agosto del 2019, la tasa de cambio es de COP\$3.427 por dólar estadounidense, por ello, para el desarrollo del trabajo se usará una tasa de **COP\$3.500** como base de conversión.

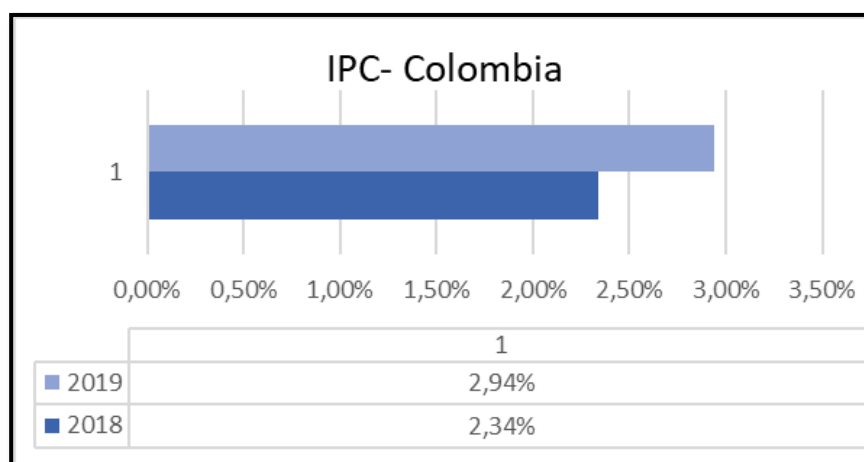
Aspecto Económico

En el análisis económico de Colombia se tendrá en cuenta el salario mínimo legal vigente y el IPC como indicadores nacionales y la TRM y cantidad de importaciones como indicadores internacionales.

El salario mínimo legal vigente en 2018 fue de COPL\$ 781.242 con una variación del 5,9% respecto al año anterior (Decreto 2269, 2017. art. 1) y para el 2019, se estableció en COP\$ 828.116 con un aumento del 6% (Decreto 2451, 2019, art. 1). Hace una década el 32% de los hogares colombianos tenían un ingreso inferior a un salario mínimo y el 16% ganaban más de 4, hoy en día, estos porcentajes se ubican en 21% y 20% respectivamente, evidenciando una mejora en los ingresos de los colombianos sobre todo en los hogares con bajos niveles de ingreso (BBVA, 2019. P. 15).

El IPC es la variación en los precios de la canasta a la que tienen consumo los hogares colombianos. Esta, se encuentra dividida en 12 secciones, y entre ellas encontramos prendas de vestir y calzado.

Gráfica 3 - IPC Colombia 1er semestre 2018-2019



Fuente: Elaboración propia con datos de DANE (2019)

En el año 2018 la IPC total fue del 3,2%, mientras que en lo corrido del 2019 (al mes de julio) alcanzo el 2,9% con un alza del 25,6% respecto al mismo periodo del año anterior. Sin embargo, las prendas de vestir y calzado fueron las que menos contribución generaron con una participación de tan solo 0,12% (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2019).

La tasa de cambio durante el 2017 y 2018 mantuvo un promedio de COP \$2.900 por dólar americano, sin embargo, a partir de octubre de 2018 la tasa de cambio ha presentado alzas hasta cerrar en agosto del 2019 en COP\$ 3.427 (Banco de la República de Colombia, s.f). Este aspecto, se vuelve crucial para el trabajo ya que entre más se devalúe la moneda frene al dólar, más pesos tendrán que pagarse para cancelar las deudas que se generen con China y otros países en el exterior.

Finamente, como se evidencio en las dinámicas de importación, en los años 2017 y 2018 las prendas y complementos de vestir presentaron incrementos del 16,3% y 14,8% respectivamente y con base al año anterior. Adicionalmente, en lo corrido del primer trimestre del 2019 se realizaron importaciones en términos CIF por un total de USD 143.297 mil, representando un aumento del 1,1% respecto al primer trimestre del año anterior y encabezando el ranking por China.

Aspecto Social

Población: En Colombia, para el 2018 se estimó una población de 48.258,5 mil personas, de las cuales el 51,2% corresponden a mujeres y un 48,8% a hombres. Además, la población se distribuye en niños con un 22,6%, personas en edad para trabajar con 68,2% y mayores de edad con 9,1% (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2018).

Desempleo: La tasa de desempleo es la relación entre el número de personas buscando trabajo y en número de personas que pertenecen a la población económicamente activa. De acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2019a) los principales aspectos relevantes sobre el tema en Colombia son:

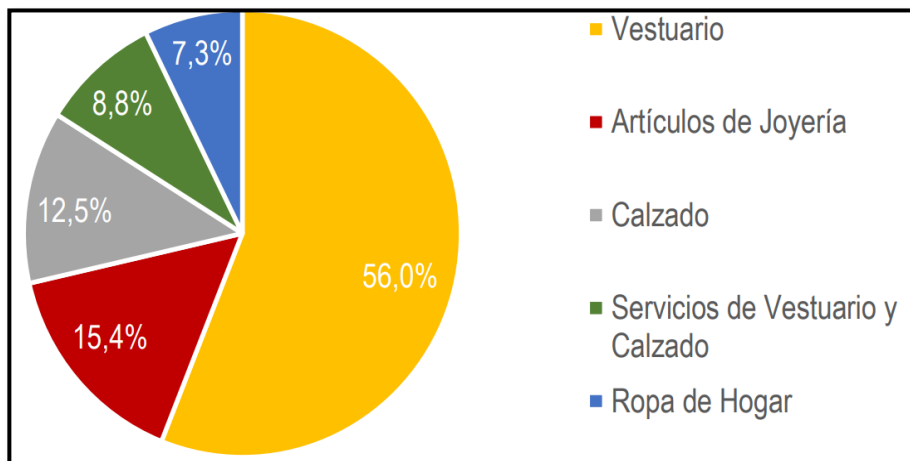
- La tasa de desempleo para el mes de julio de 2019 fue del 10,7%, lo que representa un aumento del 1% respecto al mismo periodo del año anterior (9,7%).
- La tasa de desempleo de los hombres en el trimestre mayo - julio 2019 se ubicó en 8,1%, mientras que para las mujeres fue 13,1%.
- Las ciudades que presentan mayores tasas de desempleo son Quibdó, Cúcuta y Valledupar, por otro lado, las que menos presentan son Cartagena, Barranquilla y Pereira.
- En el trimestre mayo – julio de 2019, de las 23 ciudades del país, la capital se ubica en la posición 7 en presentar menores tasas de desempleo.

Educación: En el año 2018, la cantidad de alumnos matriculados hasta el nivel de educación medio fue de 9.916,5 mil, de los cuales el 76,3% fueron atendidos en sedes educativas urbanas y el 23,7% en zonas rurales (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2018a). Adicionalmente, 2.408,0 mil personas se matricularon en un programa académico de educación superior, con una participación del 47% de hombres y 53% mujeres (Ministerio de educación , 2018)

Consumo Total: En los meses de enero a julio de 2019 los hogares colombianos gastaron un 11% más que el año anterior con un acumulado total de COP\$411 billones. De este gasto, el sector moda participo con un 4%, siendo vivienda y educación los que generan más consumo con aproximadamente un 50% (Inexmoda, 2019. p. 9).

Consumo Moda: En lo corrido de enero a julio de 2019, los hogares colombianos gastaron en moda COP\$ 15 billones, un 5% más que al año anterior. En julio, se gastaron COP\$ 2,5 billones en moda, siendo el vestuario el que más participación obtiene con un 56% (Inexmoda, 2019. p. 11,13).

Gráfica 4 – Gasto en moda por categorías



Fuente: (Inexmoda, 2019)

Tendencia de compra: Colombia en los últimos años ha incrementado la participación del ecommerce debido a los avances tecnológicos, el apoyo a pequeñas/medias empresas, y una mayor confianza en temas de seguridad (Observatorio Ecommerce, 2018). Algunos de los aspectos referentes al nicho de mercado en estudio son:

- Comportamiento: Las mujeres acceden a la compra online principalmente por redes sociales y entre mayor nivel socioeconómico y educativo tienen, mayor es el nivel de compra.
- Usuarios: Los bogotanos son los mayores usuarios de buscadores con el 80% de participación (Observatorio Ecommerce, 2019, p. 15).
- Categoría de compra: Las categorías de entretenimiento y vestuario son las que generan mayor número de transacciones digitales con el 27,4% y 19,72% respectivamente (Observatorio Ecommerce, 2018, párr. 4).

Aspecto Tecnológico

El foro económico mundial y La organización mundial de la propiedad intelectual clasifican a Colombia a nivel global en los puestos 60 y 67 respectivamente. En la primera clasificación se destacan en términos tecnológicos la calidad de las instituciones de investigación (puesto 46) y las publicaciones científicas (puesto 47) (World Economic Forum, 2018. p. 163). Y en la segunda, la investigación y desarrollo (puesto 58) y las TIC (puesto 55) (Cornell University, INSEAD & WIPO, 2019. p. 243).

Con relación a la promoción de planes, programas y proyectos relacionados con el sector de las TIC, es el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones el encargado de facilitar el acceso a todos los habitantes del territorio. Algunas de las iniciativas realizadas durante el último año enfocadas al comercio y las MiPymes fueron:

Tabla 9 – Iniciativas del MinTIC|

Iniciativa	Descripción
Comerciante, juega digital	Campaña realizada en 10 departamentos del país, con el fin de brindar información y asistencia a los comerciantes en el tema de nuevas tecnologías.
Soluciones TIC para la transformación de MiPymes	Convocatoria para brindar a 8.000 empresas soluciones tecnológicas a la medida. En septiembre de 2019, se realizó la entrega oficial de las tiendas en línea a las empresas que lograron beneficiarse.
Mujeres Empresarias	Taller realizado para capacitar a 300 empresarias en el tema de transformación y habilidad digital.
VendesFácil	Se seleccionó esta plataforma para abrir 2.000 tiendas virtuales a MiPymes sin pago de operación durante el primer año.

Fuente: Elaboración propia con base a (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2018).

Con relación a la creación de empresa, en el año 2017 el gobierno crea la plataforma tecnológica VUE (Ventanilla Única Empresarial) con el fin de brindar información e integrar y reducir la cantidad de tramites mercantiles, tributarios y de seguridad social necesarios para la apertura de la empresa (actualmente solo disponible en Bogotá) (Ventanilla Única Empresarial, 2019)

Con relación a la comercialización, se encuentran dos iniciativas implementadas recientemente en el sector tecnológico:

- Empresario Digital: Plataforma virtual lanzada por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para que micro, pequeños y medianos empresarios se puedan certificar gratuitamente en cursos de transformación digital (<https://www.empresariodigital.gov.co>).
- Transformación tecnológica: Con el fin de generar una economía más dinámica y transparente frente al cumplimiento de las obligaciones tributarias, la DIAN continua con el proyecto de facturación electrónica en el país.

Finalmente, con relación al comercio exterior, el logro tecnológico más reciente y beneficioso para las empresas colombianas es el desarrollo de la plataforma VUCE 2.0, creada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo a finales del 2018 con el fin de mejorar y reducir los tiempos de respuesta por parte de las diferentes entidades encargadas de emitir vistos buenos a los importadores (Circular 037, 2018).

Aspecto Ecológico

El Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible desde el 2011 es el encargado de definir la política ambiental y promover la recuperación, conservación y protección de los recursos naturales renovables (Decreto 3570, 2011, art. 1).

La organización mundial de la propiedad intelectual clasifica a Colombia en el puesto 13 en el ítem de sostenibilidad ecológica, impulsado por la ISO 14001 (Cornell University, INSEAD & WIPO, 2019, p. 243). Esta ISO fue reformada en el 2015, con el fin de modificar la estructura e incorporar nuevos apartados referentes a la planificación, soporte y operación de las organizaciones un el marco de protección ambiental (ICONTEC, 2015)

En tendencia y consumo, el consumidor colombiano busca adquirir cada vez más productos sostenibles, es por ello, que el 59% afirma que cambiaría sus hábitos de compra, renunciando al empaque (67%), marca (60%) y diseño (52) con el fin de reducir el impacto en el medio ambiente (Nielsen Company, 2019).

Finalmente, la obligatoriedad en el uso de factura electrónica también influye en el aspecto ecológico, debido a que las empresas al reducir el uso de papel dentro de su compañía contribuyen a la reducción de CO₂, talla de árboles y consumo de agua y de energía usada en el proceso de fabricación.

Aspecto Legal

En Colombia, se encuentran una serie de entidades y normativas que regulan y vigilan la creación de empresas y los procesos de internacionalización en el país. Para el trabajo, las principales entidades que intervienen son:

Tabla 10 – Entidades intervinientes – Colombia

Entidad	Funciones
Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales	Garantizar la seguridad fiscal, administrar las obligaciones tributarias, aduanera y cambiarias y facilitar las operaciones de comercio exterior (https://www.dian.gov.co).
Cámara de Comercio	Realizar los registros públicos (mercantil) y brindar servicios empresariales (promoción del emprendimiento, internacionalización) y de solución de controversias al interior de las empresas (www.ccb.org.co)
Ministerio de Hacienda y Crédito Público	Regular política la fiscal, tributaria, aduanera, financiera, cambiaria, monetaria y crediticia (https://www.minhacienda.gov.co).
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Formular políticas y programas de desarrollo económico y social relacionadas con la competitividad de las Mipymes, el comercio exterior, y la promoción de la inversión extranjera (http://www.mincit.gov.co)
Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones	Formular políticas, planes y programas en el sector de las TIC y promover con el uso y apropiación de estas entre los ciudadanos, empresas y Gobierno (https://mintic.gov.co).

Fuente: Elaboración propia con base a las paginas citadas en cada entidad.

Adicionalmente, las principales normativas que regulan el trabajo de emprendimiento e internacionalización son:

Tabla 11 – Normativa en Colombia

Decreto/Ley	Nombre	Disposiciones
Decreto 410 (1971)	Código de comercio	Lineamientos relacionados con los asuntos comerciales, el registro mercantil, la constitución de sociedades, los títulos valores, entre otros.
Ley 1258 (2008)	Sociedades por acciones simplificadas	Lineamientos de constitución, organización, reformas y disolución de empresas bajo este modelo de sociedad.
Ley 590 (2000)	MiPymes	Lineamientos para la clasificación y promoción del desarrollo de micro, pequeñas y medianas empresas.
Decreto 957 (2019)	MiPymes	Modificación de criterios en la clasificación de las empresas.
Ley 1780 2016	Ley de emprendimiento	Lineamientos e incentivos para promover el empleo juvenil y el emprendimiento de MiPymes.
Decreto 1165 (2019)	Estatuto Aduanero	Lineamientos aduaneros relacionados con obligaciones, regímenes, operaciones de importación y exportación, entre otros.

Fuente: Elaboración propia con base a la normativa citadas en cada ley/ decreto.

Conclusión del Análisis PESTEL de Colombia

Con base al análisis anteriormente desarrollado se determina que los aspectos positivos (+) y negativos (-) que influyen o pueden influir en la puesta en marcha del trabajo son:

- **Político:** (-) Medidas 3 y 4 de la ley de financiamiento ya que las altas tasas de impuestos y las constantes reformas limitan la consolidación de las empresas. (-) Un freno a las negociaciones de acuerdos comerciales, extendiendo el tiempo para llegar a un acuerdo con China. (+) Descuentos para emprendedores estipulados en la ley de emprendimiento juvenil. (+) Continuación en la facilitación al comercio internacional por parte del nuevo gobierno.
- **Económico:** (-) El incremento de IPC en lo corrido del 2019 presenta un alza total en los productos de la canasta familiar, lo cual genera que las familias tengan que destinar más dinero para obtener los productos. Sin embargo, (+) los productos de vestir y calzado solo aumentaron 0,12%, lo que indica que los precios para estos productos se mantienen estables. (-) Devaluación del peso colombiano en el último año. (+) Aumento salarial real en 2019, debido a que con una inflación de 3,3% y un incremento salarial del 6%, este se sitúa 2,73 puntos por encima de la inflación. (+) Aumento en las importaciones de prendas de vestir en los últimos años.
- **Social:** (+) Menores tasas de desempleo en los últimos años, sin embargo (-) las mujeres presentan mayor índice, lo que indica que ellas son más las que poseen menos dinero para gastar en vestuario. (+) Incremento en el porcentaje de gasto en moda, siendo vestuario el de mayor participación. (+) Las mujeres realizan cada vez más compras por internet y sumando que vestuario es una de las categorías más requeridas, se presenta una ventaja competitiva.
- **Tecnológico:** (+) Con la plataforma VUCE 2.0 los importadores podrán agilizar la obtención de vistos buenos, disminuir costos y cargar solicitudes o licencias sin pagos adicionales. (+) Con la plataforma

Empresario Digital los empresarios podrán aprender y certificar en temas tecnológicos. (+) Con la transformación tecnológica de la DIAN las micro y pequeñas empresas podrán usar el sistema de facturación web gratuitamente.

- Ecológico: (+/-) Las modificaciones en la ISO 14001 pueden ocasionar ventajas o desventajas en la empresa a crear, debido a los lineamientos que hay que seguir y los cambios que pueden realizarse. (+/-) La tendencia ecológica es un aspecto que puede traer futuras repercusiones en la importación y la misma comercialización, por ello, se deben evaluar las prendas importadas que menor impacto negativo generan al medio ambiente. (+) El uso de factura electrónica a nivel ecológico es un aspecto positivo ya que los beneficios se evidencian desde la disminución en tala de árboles, hasta el petróleo que se usa para la elaboración del cartucho de tinta.
- Legal: (+) Colombia cuenta con una amplia cantidad de entidades y normativas que apoyan y regulan tanto el proceso de creación de empresas como la internacionalización y comercialización de bienes y servicios, es por ello, que se deben tener en cuenta las diferentes normativas, proyectos y programas, con el fin de aprovechar los beneficios que estas pueden ofrecer.

De los 6 análisis realizados a Colombia, se evidencia un porcentaje mayor en aspectos positivos, es por ello, que se concluye que actualmente el país cuenta con una estabilidad y un ambiente óptimo para realizar negocios comerciales internacionalmente.

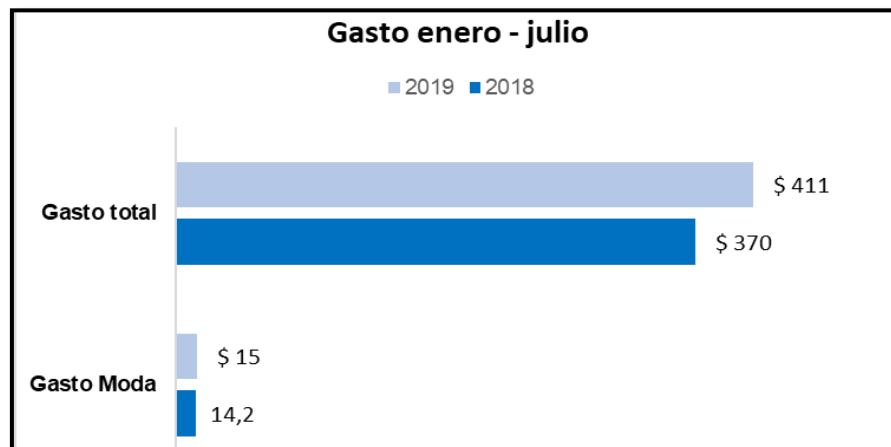
3.3.1.2. Análisis Microambiente

En esta sección, se analiza la dinámica de consumo de indumentaria femenina dentro del territorio nacional colombiano con el fin de seleccionar el departamento en el que se ubicara el establecimiento comercial.

3.3.1.2.1. Dinámica del Gasto en Colombia

El gasto de los colombianos en el último año y en lo corrido del 2019 presento las siguientes variaciones:

Gráfica 5 – Distribución del gasto en Colombia



Fuente: Elaboración propia con base a datos de (Inexmoda, s.f)

2018: El gasto total de este año fue de COP\$ 657 billones, con un aumento real del 3,3% respecto al año anterior que solo creció un 0,5%. El gasto en moda es de COLP\$24,8 billones el cual vestuario y calzado participan con COP\$20,7 billones.

2019: El gasto total en los meses de enero a julio de este año es de COP\$ 411 billones. El gasto en moda es de COP\$15 billones el cual vestuario y calzado participan con COP\$ 10,3 billones.

Con lo anterior, se evidencia que el gasto en los hogares colombianos presento en lo corrido de enero - julio del 2019, variaciones positivas tanto a nivel nacional como en el sector moda, con incrementos del 11% y 5,6%

respectivamente con base al mismo periodo del año anterior. Estas cifras indican que el mercado colombiano invierte cada vez más en vestimenta y como indica Camilo Herrera (2019) la ropa es un gasto cada vez más cotidiano y difícil de sacar de la canasta de los consumidores (Modaes Latinoamericana, 2019. Párr. 4).

3.3.1.2.2. Selección de Mercado (Ciudad)

Colombia cuenta actualmente con 1.101 municipios/ciudades (distribuidos en 32 departamentos), 1 isla y 18 áreas no municipalizadas (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2019b). En este apartado, se examinan las capitales de los diferentes departamentos del país con el fin de establecer en donde se concentra en términos geográficos el gasto en moda y determinar la ciudad en donde se instalará la empresa.

Entre los meses enero - julio del año 2018 y 2019, el gasto en moda participo en capitales del país de la siguiente forma:

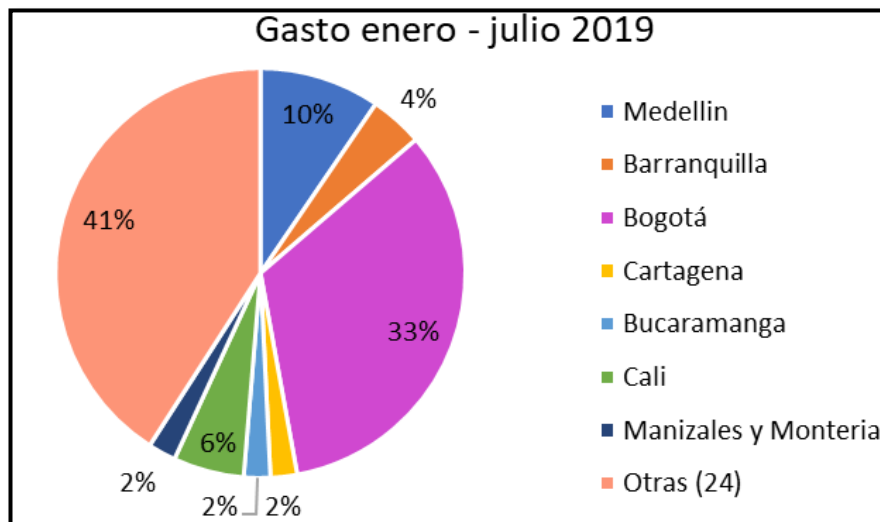
Tabla 12 – Gasto en moda por capitales

Capital	Gasto en miles de millones de COP\$		
	2.018	2.019	Variación
Medellín	1.355	1.428	5,4%
Barranquilla	601	628	4,5%
Bogotá	4.777	5.013	4,9%
Cartagena	298	314	5,4%
Bucaramanga	300	314	4,7%
Cali	807	838	3,8%
Manizales	193	206	6,7%
Montería	115	123	7,0%
Otras (24)	5.754	6.136	6,6%
Totales	14.200	15.000	-----

Fuente: Elaboración propia con base a datos de (Inexmoda, s.f).

Manizales y Montería son las dos capitales que más incrementaron su gasto con el 6,7% y 7% respectivamente, sin embargo, el porcentaje de participación sobre el total del gasto en moda en ambos años no asciende del 2,2% en conjunto.

Gráfica 6 – Gasto por capitales



Fuente: Elaboración propia con base a (Inexmoda, 2019)

Finalmente, de las 32 capitales que posee Colombia, las 8 mencionadas en la tabla 12 representan el 60% del gasto total de moda en el país, siendo Bogotá y Medellín las capitales que presentan la mayor participación con el 33,6% y 9,5% (2018), y 33,4% y 9,5% (2019) respectivamente. Por lo anterior, la capital seleccionada para establecer la empresa es **Bogotá**

3.3.2. Estudio de Mercado

El estudio de mercado es la fase del trabajo que investiga todo lo relacionado con el producto, la oferta, demanda, precios, proveedores y comercialización, y que permite al empresario evaluar y proyectar comercialmente un negocio (Torres Dujisin, 2015. p. 47). Es por ello, que en este capítulo se analiza toda la información recolectada y relacionada con el estudio de mercado vinculado al trabajo, y se establecen las diferentes estrategias comerciales.

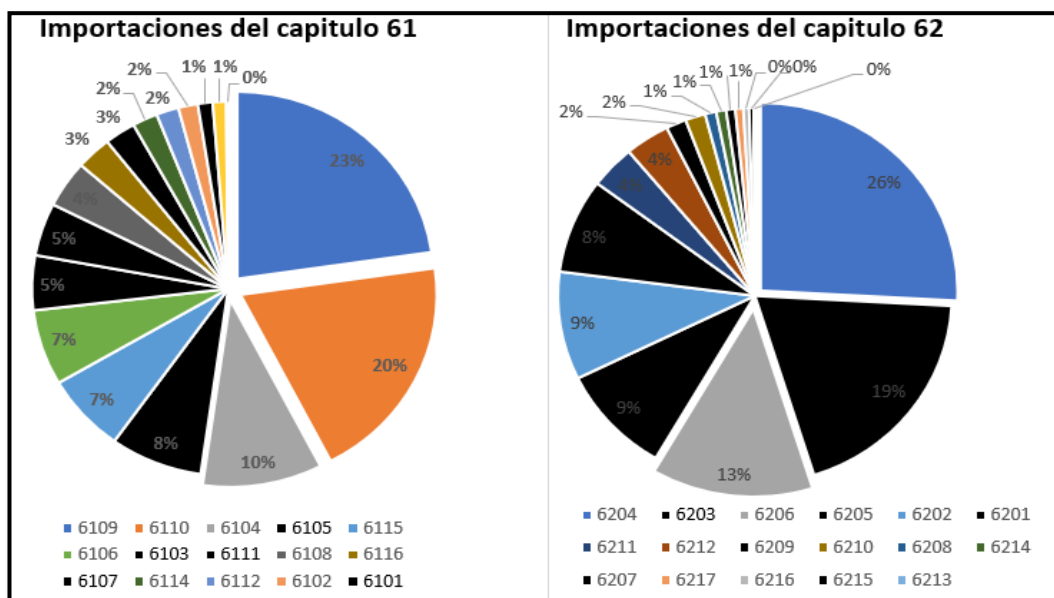
3.3.2.1. Producto

El producto, es un aspecto fundamental en el estudio de mercado ya que “los ingresos por venta son determinantes para obtener la rentabilidad esperada de la inversión proyectada” (Torres Dujisin, 2015, p. 55); Por ello, en este apartado se elabora una caracterización eficiente del bien a ofrecer.

3.3.2.1.1. Dinámica por Partida Arancelaria

La dinámica de las importaciones de indumentaria femenina del último año (2018), se analizan por partida arancelaria con el fin de establecer las que se incluyen dentro del plan de importación.

Gráfica 7 – Participación por partida arancelaria



Fuente: Elaboración propia con datos de legisComex (2019)

Por un lado, de las 17 partidas incluidas en el capítulo 61 (prendas y complementos de vestir, de punto), las 3 con mayor participación pertenecen a prendas de vestir para mujeres y niñas, y estas son:

- 6109: T-shirts y camisetas
- 6110: Suéteres, pulóveres, chalecos y artículos similares
- 6104: Trajes sastre, conjuntos, chaquetas, vestidos, faldas, faldas pantalón, pantalones largos y cortos, pantalones con peto y shorts

Por otro lado, de las 17 partidas incluidas en el capítulo 62 (Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto), 2 de las 3 con mayor participación pertenecen a prendas para mujeres y niñas, y estas son:

- 6204: Trajes sastre, conjuntos, chaquetas (sacos), vestidos, faldas, faldas pantalón, pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y shorts
- 6206: Camisas, blusas y blusas camiseras, para mujeres o niñas.

Finalmente, podemos evidenciar que las prendas de vestir para mujeres y niñas representan una mayor participación de las importaciones frente a los hombres y niños. Estas partidas enunciadas anteriormente, participan con el 45% del total de las importaciones (términos CIF USD) de los capítulos estudiados.

3.3.2.1.2. Influencia del Clima

Colombia debido a su ubicación geográfica y proximidad con la línea ecuatorial, no desarrolla las cuatro estaciones como si lo hacen muchos otros países; Sin embargo, de acuerdo con la inclinación de la tierra y la altura, se pueden encontrar zonas calurosas y frías, logrando que se puedan vivir todas las estaciones en cualquier época del año (Cajal, s.f).

En Bogotá (ciudad elegida para desarrollar el trabajo) la temperatura durante el último año fue de 19.8°C máxima y 8.9°C mínima (TuTiempo, 2018), haciendo que los productos importados se puedan usar en ambas temporadas del año.

3.3.2.1.3. Clasificación Arancelaria

De las partidas enunciadas anteriormente, se seleccionan los siguientes códigos arancelarios (de acuerdo con la participación que obtiene cada uno del total de las importaciones realizadas en el 2018) para iniciar el trabajo de importación; Sin embargo, las demás se pueden tener en cuenta para futuras importaciones.

Tabla 13 – Clasificación arancelaria de los productos importados

Capítulo 61 (de punto)	
6109	«T-shirts» y camisetas, de punto
6109.10.00.00	De algodón
6109.90.90.00	De las demás materias textiles
6110	Suéteres (jerseys), pulóveres, cárdigan, chalecos y artículos similares, de punto
6110.20.10.00	Suéteres (jerseys) de algodón
6110.90.00.00	Suéteres, pulóveres, cárdigan, chalecos y artículos similares de las demás materias textiles
Capítulo 62 (excepto lo de punto)	
6206	Camisas, blusas y blusas camiseras
6206.30.00.00	De algodón
6206.40.00.00	De fibras sintéticas o artificiales

Fuente: Elaboración propia

Con el análisis realizado hasta el momento, el trabajo presenta una gran ventaja debido a que sin estaciones que limiten el consumo a un tipo de prenda determinada, la indumentaria que se importe podrá generar ventas durante todo el año. Sin embargo, hay que tener en cuenta que la moda puede basarse en colores dependiendo la tendencia otoño/invierno (agosto-enero) o primavera/verano (febrero-julio); Por ello, para incrementar el consumo, se deben implementar estrategias enfocadas al diseño y la tendencia que se encuentre vigente.

3.3.2.1.4. Características Generales

Los productos, pueden clasificarse desde diferentes puntos de vista. Los criterios físicos y técnicos de los productos importados son:

Tabla 14 – Criterios de caracterización del producto

Criterio	Cualidad
Físicas	<p><u>Tallas:</u> XS, S, M, L, XL</p> <p><u>Colores:</u> Rojo, azul, amarillo y morado (febrero-julio 2020) y negro, avellana, gris y azul pastel (para agosto-enero).</p> <p><u>Peso:</u> Este varía de acuerdo con el diseño, talla y material, sin embargo, el peso aproximado de cada prenda seleccionada para realizar la importación es:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suéter, pulóver: Delgados 150gr - Gruesos 500 gr • T-Shirt, blusa, camisas: Manga corta 100gr – Manga larga 250gr.
Técnicas	<p><u>Material:</u> La mayoría de las prendas seleccionadas para el proceso de importación son el algodón y las demás materias textiles, esto, con el fin de volver al uso de fibras naturales e ir reduciendo la cantidad de prendas elaboradas con fibras sintéticas o artificiales que en su mayoría no son biodegradables y ocasionan una gran contaminación al medio ambiente (Pérez, 2019).</p>

Fuente: Elaboración propia

Adicionalmente, con base a los criterios de Torres Dujisin (2015) la indumentaria importada para el trabajo presenta las siguientes características:

Tabla 15 – Criterios de clasificación del producto

Criterio	Clasificación
Naturaleza intrínseca	<u>Tangibles</u> : Pueden ser palpados
Vida de almacenaje	<u>Duraderos</u> : Se agota en el largo tiempo
Grado de terminación	<u>Consumo final</u> : Son productos ya terminados
Relación con productos	<u>Sustituto</u> : Son similares a los del mercado
Necesidad de uso	<u>Necesarios</u> : Requeridos para el desarrollo y crecimiento <u>Suntuarios</u> : Adquiridos para satisfacer un gusto como la ropa fina

Fuente: Elaboración propia

Estos criterios de clasificación y caracterización del producto demuestran ciertas ventajas para el efectivo consumo en las mujeres bogotanas. Primero, es un producto tangible, de consumo final y que dependiendo la necesidad de uso puede llegar a ser necesaria. Segundo, maneja una gama de talles y colores que generan la posibilidad de obtener un mercado meta más amplio. Y tercero, la mayoría de las prendas importadas serán de algodón, esto con el fin de (1) brindar un producto que se encuentre en tendencia y (2) prever futuras repercusiones legales y aduaneras que se puedan generar por la importación de prendas que generan un impacto negativo al medio ambiente.

3.3.2.2. Demanda

La demanda precisa una identificación eficiente del cliente, con el fin de construir con sustento confiable la proyección de ventas y la estrategia comercial del negocio (Torres Dujisin, 2015. p. 55). En este apartado, se procede con la elaboración de la segmentación del cliente final.

3.3.2.2.1. Tipo de Cliente

Se distinguen dos tipos de clientes potenciales, el institucional y el individual (Torres Dujisin, 2015, p. 62). Aunque sea factible dirigir el esfuerzo comercial hacia una o ambas categorías, el trabajo busca llegar inicialmente al cliente individual, el cual lo conforman las mujeres bogotanas que toman decisiones de compra por necesidad, moda, imagen, etc.

3.3.2.2.2. Segmentación

Debido a que en este momento no se puede establecer un muestreo cuantitativo y cualitativo de forma directa, el apartado busca identificar y clasificar al cliente con base a determinados parámetros de fuentes secundarias.

Macrosegmentación

Tabla 16 – Macrosegmentación de mercado

Tipo	Parámetro	Resultado
Geográfica	País	Colombia
	Ciudad	Bogotá D.C
Demográfica	Sexo	Femenino (4.068,8 mil)
	Edad	20-49 años (2.069,5 mil)

Fuente: Elaboración propia. Detalles ver anexo 2. Datos en miles de personas

El primer acercamiento al mercado potencial (cantidad de clientes interesados o que pueden requieren el producto) con base a los datos de la macrosegmentación, es de aproximadamente **2.069,5 mil mujeres bogotanas.**

Microsegmentación

Teniendo en cuenta la primera aproximación a la demanda potencial del producto, se procede a identificar más específicamente el cliente denominado mercado meta; Los principales aspectos de este apartado son, averiguar qué desea el cliente en relación con el producto y calcular la cuantificación de este.

Las principales características de las mujeres bogotanas a la hora de adquirir prendas de vestir son:

Tabla 17 – Características de mercado meta

Características específicas	
Criterio	Características
Dinámica de la demanda	Bogotá sigue siendo el principal motor de las ventas de moda en el país con el 45 % del mercado, adicionalmente por categorías, la que menos crece es joyería y la que más participación proporciona es vestuario (Inexmoda, 2019. p. 13).
Personalidad de compra y consumo	El colombiano se identifica con tres personalidades. El <u>eficaz</u> (el 85% busca que el producto supla una satisfacción básica), <u>Cómodo</u> (el 6% busca las oportunidades correctas para comprar) y <u>Líquida</u> (4% no tiene control sobre el momento de compra (P&M, 2018, p. 65).
Decisión de compra	El comprador suele buscar promociones, oportunidades o valor (calidad). Las tiendas low cost son las preferidas (P&M, 2018. p. 64).
Frecuencia de compra	Los Millennials de estratos medios-altos compran ropa dos veces al mes (Vargas Rubio, 2018).

<p>Cuanto compra</p>	<p>Los Millennials de estratos medios-altos gastan entre COP\$50.000 y \$150.000 (Vargas Rubio, 2018).</p>
<p>Temporadas de mayor consumo</p>	<p>Aunque las mujeres bogotanas consumen ropa a menudo, las principales fechas en donde se mueve más el comercio de ropa son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mayo: En el mes de la madre, las flores y el vestuario son los regalos más elegidos para obsequiar (Redacción Economía, 2019). • Septiembre: Con la celebración del amigo secreto, este mes se convierte en el evento en el que más regalos se dan en el país. Entre las categorías de regalos más deseados por las mujeres, ropa obtiene un 46 % (América Retail, 2019). • Diciembre: La ropa con el 67% se convierte en el producto que más se compra, bien para estrenar o regalar (Portafolio, 2018).
<p>Tendencias y preferencias</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Compra por internet</u>: Aproximadamente el 45% de las mujeres bogotanas compran por internet la categoría de moda, siendo contra entrega (casa u oficina) o en la tienda, los medios de pago más usados (Observatorio Ecommerce, 2019. p. 21). • <u>Consumo sostenible</u>: Detalles en el análisis PESTEL de Colombia, en la sección análisis ecológico.
<p>Cambios de temporadas</p>	<p>Debido a falta de estaciones en el país, los gustos de las mujeres bogotanas cambian de acuerdo con los colores que se encuentren en tendencia en el momento. Para los meses febrero-julio 2020 la tendencia serán prendas llenas de color como rojo, azul, amarillo y morado, y para agosto-enero, los colores usualmente usados son negro, avellana, gris y azul pastel (Villamil, 2019).</p>

De acuerdo con la segmentación, se describe a la mujer bogotana como una consumidora activa de prendas, basando su decisión de compra en promociones, oportunidad y calidad, buscando atributos como colores y materiales, y dominando la tendencia de compras online.

3.3.2.2.3. Cuantificación de Demanda

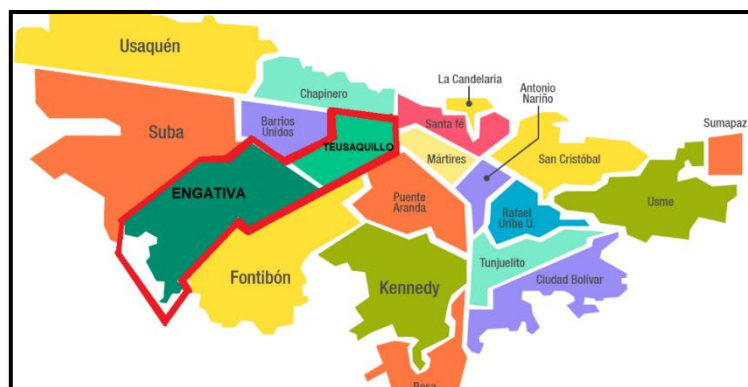
La cuantificación del mercado (demanda) consiste en proyectar la cantidad tanto en términos de clientes, como de productos a importar. Para determinar la cuantificación de clientes, se realiza primero una selección y un análisis de la localidad.

Selección de localidad: Bogotá, se encuentra subdividida en 20 localidades y cuenta con los siguientes principales aspectos:

- Las localidades con mayor cantidad de mujeres son Engativá, Kennedy y Suba (Secretaría distrital de planeación, 2017).
- Las localidades de mayor concentración de acuerdo con los estratos socioeconómicos medios son, estrato 3: Puente Aranda (77,6%), Engativá (57,7%) y Kennedy (38,7%), estrato 4: Teusaquillo (67,9%) y Usaquén (13,7%) y estrato 5: Suba (10,7%) y Usaquén (12,6%) (Medina, 2019, p. 10). (Detalles, ver anexo 2).

De acuerdo con los datos obtenidos y sumando la ubicación geográfica de cada localidad, el trabajo se centrará en Engativá y Teusaquillo.

Gráfica 8 – Mapa localidades de Bogotá



Fuente: Elaboración propia

Análisis de localidad: En Bogotá, cada localidad está dividida en UPZ (unidades de planeación zonal), es decir, en áreas urbanas compuestas por varios barrios con el fin de servir a la planificación del desarrollo urbano en el nivel zonal. Por un lado, Engativá (localidad #10) se encuentra ubicada en el noroccidente de la ciudad y cuenta con 123 barrios, distribuidos en 9 UPZ. Por el otro, Teusaquillo (localidad #13) se encuentra ubicado en el centro-oriente de la ciudad y cuenta con 31 barrios, distribuidos en 6 UPZ (Cámara de Comercio de Bogotá, s.f)

Gráfica 9 – UPZ Localidades Meta



Fuente: Elaboración propia

Una vez seleccionadas las localidades, se toma como base la cantidad aproximada de mujeres por UPZ ubicadas en el rango de edad establecido en la segmentación, se establecen los porcentajes de participación y finalmente se obtiene la cantidad de clientes hacia los cuales estará enfocado el esfuerzo de venta.

El trabajo se enfoca en atender la cantidad de mujeres ubicadas en una (1) UPZ de cada localidad y con los porcentajes de participación del 40% para la generación Millennials, debido a que son los que más consumen el tipo de producto a ofrecer y la que mayor acercamiento tiene con las tendencias del mercado (compras online, prendas sostenibles) y del 30% para la generación X, debido a que a pesar de que sus gustos de compra se inclinan por la ropa, es el rango en donde se encuentra menos cantidad de mujeres y más distribución del gasto en moda.

Tabla 18 – Proyección cliente meta

Localidad	Cantidad mujeres	Cliente potencial		Aprox. x UPZ	% cliente meta	Cientes meta
Engativá	455,9	M	110,2	12,2	40%	4,9
		X	102,7	11,4	30%	3,4
Teusaquillo	80,6	M	19,6	3,2	40%	1,3
		X	17,3	2,8	30%	0,8
Totales	536,5	249,8		29,6		10,4

Fuente: Elaboración propia, con base a (Secretaría distrital de planeación, 2017). Cantidades expresadas en miles de mujeres. Cantidad de mujeres corresponde al total por localidad, Cliente potencial a las ubicadas en el rango de edad y Aprox. UPZ a la cantidad promedio ubicada por unidad zonal.

De acuerdo con lo anterior, se proyecta en términos de clientes una participación de aproximadamente **10,4 mil mujeres bogotanas**, ubicadas en las localidades de Engativá y Teusaquillo y cuyo rango de edad se encuentra entre los 20 y 49 años.

Finalmente, para lograr la cuantificación de demanda en términos de productos, se estima que el total de clientes proyectados adquiera alguno de los productos durante los tres primeros meses del año. Después, se proyecta un aumento del 2% trimestral hasta el cierre del año.

Estas proyecciones, sustentan las cantidades de prendas importadas y el desarrollo del análisis económico.

Tabla 19 – Proyección cantidad de producto

Mercado	Proyección de unidades vendidas			
Generación	Enero- Marzo	Abril- Junio	Julio- Septiembre	Octubre- Diciembre
Millennials	6,2	6,3	6,5	6,6
X	4,2	4,3	4,4	4,5
Total	10,4	10,6	10,8	11,0

Fuente: Elaboración propia. Valores expresados en miles.

3.3.2.3. Oferta

Es la cantidad de bienes y servicios (iguales, similares o equivalentes al producto del trabajo) que un determinado número de oferentes, personas y organizaciones, colocan en el mercado para ser vendidos a un determinado precio (Torres Dujisin, 2015, p. 55). La competencia directa del trabajo son aquellas empresas que ofrecen al público prendas de vestir femenina (parte superior del cuerpo) sin importar si son de origen nacional o internacional.

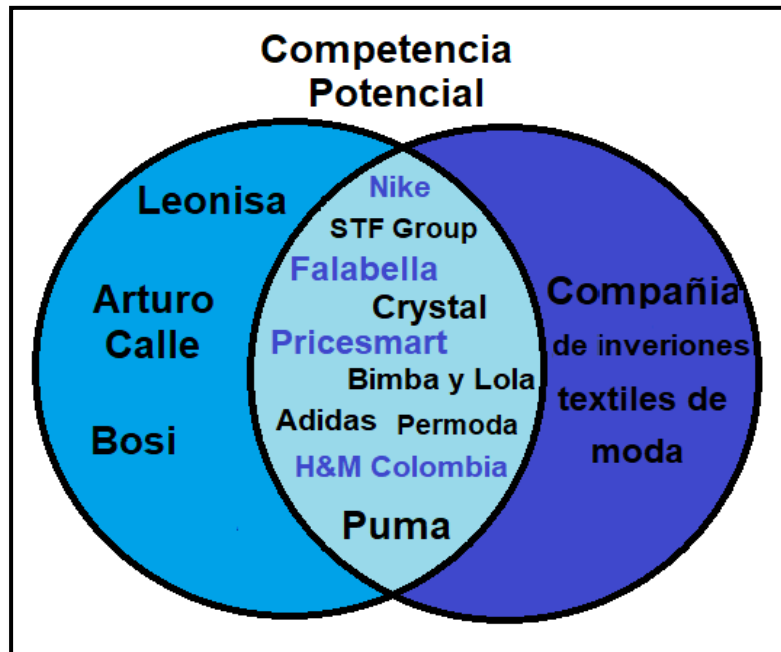
3.3.2.3.1. Selección de Competidores en el Mercado Potencial

Los principales importadores (cantidad en términos CIF-USD) de indumentaria de las partidas arancelarias establecidas en el apartado producto son: Falabella SA, Crystal SAS, STF Group SA (Studio F y Ela), Compañía de Inversiones Textiles de Moda, Adidas, Athletic Sport Inc. Ltda (Nike), Permoda Ltda (Koaj), Pricesmart Colombia SAS, Bimba y Lola Colombia SAS y S.A.S (detalles, ver anexo 3).

Las principales marcas de ropa preferidas por los colombianos y que recomendarían a cualquier otra persona son: (1) Adidas, (2) Nike, (3) Arturo Calle, (4) Leonisa, (5) Koaj, (6) Bosi, (7) Gef, (8) Studio F, (9) Puma y (10) Ela (Traslaviña Amador, 2019).

De acuerdo con la preferencia de los colombianos y las importaciones de indumentaria anteriormente enuncias, se establecen como competencia potencial las siguientes marcas y/o razones sociales:

Gráfica 10 – Selección competencia potencial



Fuente: Elaboración propia

3.3.2.3.2. Selección de Competidores en el Mercado Meta

En este apartado se estudia cada uno de los competidores potenciales con base a su participación en cada una de las localidades meta y luego se evalúan y seleccionan los principales competidores directos respecto al producto del trabajo en desarrollo.

Tabla 20 – Competidores por localidad

Principal competencia de mercado potencial			
Empresa oferente	¿Tienen operación comercial en?		TOTAL
	Engativá	Teusaquillo	
Falabella	2	1	3
Crystal	1	2	3
STF Group (Studio F, Ela)	5	5	10
Adidas	1	3	4
Nike	0	1	1
Permoda (Koaj)	3	4	7
Pricesmart Colombia	1	0	1
Bimba y Lola	0	0	0
H&M Colombia	0	0	0
Puma	1	1	2
TOTAL	14	17	31

Fuente: Elaboración propia con base a información de cada página web.

De acuerdo con la anterior tabla, se determina que la localidad de Teusaquillo es la que posee un mayor número de competidores directos seguido de Engativá. Adicionalmente, se identifican como competidores meta a STF Group, Permoda y Adidas, por la cantidad de sucursales ubicadas dentro de cada localidad analizada.

3.3.2.3.3. Análisis de la Competencia

Después de identificar quienes son los principales competidores meta, se realiza un análisis específico de cada uno con el fin de establecer una comparación y conocer el grado de competitividad frente al producto que se ofrece.

Tabla 21 – Análisis de la competencia

Aspecto	PERMODA	STF GROUP	Adidas	
Empresa Cambios y desafíos	Tipo	Limitada	Sociedad Anónima	Limitada
	NIT	860.516.806	805.003.626	805.011.074
	Pág. Web	www.koaj.co	www.studiof.com.co / www.ela.com.co	www.adidas.co
	Orig.	Colombia / 1983	Colombia / 1971	Alemania/ 1949
		<p>La empresa inicio como Permoda Ltda y con el correr de los años se crearon 4 marcas que atendían diferentes nichos de mercado en tiendas separadas (Armi, Pronto, Bkul y Koaj).</p> <p>En el año 2008 con la llegada de la marca Zara, Permoda tomo la decisión de ampliar sus locales y unificar las 4 marcas en un mismo establecimiento.</p>	<p>Antes del 2002 la marca Studio F cambio dos veces de razón social hasta quedar como STF Group SA.</p> <p>En un proceso de cambios y expansión, la empresa crea en 2002 la marca ELA (una firma más accesible y económica para las mujeres colombianas) debido a que en ese momento la marca Studio F no tenía un alcance masivo por sus altos precios.</p>	<p>Adidas con el correr de los años ha sufrido varios cambios (dueño, crisis, bocarrota). Sin embargo, algunas medidas tomadas para redireccionar la empresa fueron:</p> <p>1993: Impulsar la empresa por medio del marketing.</p> <p>1997 y 2006: Adquirir el grupo Salomón y Reebok</p> <p>2000: Introducir ropa deportiva.</p> <p>2013: Innovar en sus productos.</p> <p>2016: Dirigir la compañía hacia nuevos éxitos en la era digital.</p>

Empresa	Misión	Convertir en realidad el sueño de los clientes de vestir a la moda y ser reconocidos por un estilo propio, joven y moderno.	Resaltar la belleza de la mujer, brindando la mejor alternativa de moda y generando una experiencia de compra única.	Ser la mejor empresa deportiva del mundo.
	Sucursales	La empresa comenzó vendiendo en el canal multimarca. Ahora, cuenta con más de 200 tiendas propias (aprox. 100 en Colombia y 100 en el resto del mundo).	Actualmente maneja tiendas propias y franquicias (aprox. 330 puntos de venta en Colombia y 85 con presencia en 8 países del continente).	Actualmente maneja tiendas propias y franquicias (aprox. 2.500 tiendas propias y 13.000 franquicias mono marca en todo el mundo).
	Ventas	2017: 417.491,89 2018: 525.420,45 (millones de COP)	2017: 609.377,16 2018: 610.248,96 (millones de COP)	2017: 557.409,24 2018: 545.689,49 (millones de COP)
	Otros aspectos	<ul style="list-style-type: none"> • Compras por la página • Diferentes formas de pago (debito, crédito, consignación y efectivo) • Guía de talles en la pág. Web • Localizador de tiendas. • Descuentos y ofertas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Compras por las paginas • Localizador de tiendas • Guía de tallas • Sistemas de descuentos, puntos y premios (SF-Tarjeta Ten / ELA-Puntos ELA). • Personal Shopper (asesoramiento) (SF) 	<ul style="list-style-type: none"> • Compras online • Localizador de tiendas • Guía de tallas • Estrategias en tres bases: Velocidad, Ciudad e innovación. • Diferentes formas de pago • Cyber days y Black Friday.

	Mercado	<ul style="list-style-type: none"> • Hombres y mujeres 	<ul style="list-style-type: none"> • ELA: Solo mujeres • Studio F: Mujeres y desde dic. de 2018 una línea masculina 	<ul style="list-style-type: none"> • Mujeres y Hombres
Producto	Productos exhibidos (pág. web) y rango de precios	<p style="text-align: center;">KOAJ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Blusas (289 productos): \$29.000 - \$69.000 COP. • Camisetas (499 productos): \$19.000 - \$29.900 COP. Sweaters y Cárdigan (54 productos): \$39.900 - \$89.900 COP. 	<p style="text-align: center;">STUDIO F</p> <p>Maneja 3 líneas, Gold (uso diario), Silver (mujer ejecutiva) y Black (look para la noche).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Camisas y blusas (74 productos): \$89.900- \$198.900 COP. • Sweaters y Busos (53 productos): \$119.900 - \$159.900 COP. <p style="text-align: center;">ELA</p> <p>Maneja 6 colecciones al año.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Camisetas (154 productos): \$29.900- \$69.900 COP. • Camisas y blusas (484 productos): \$29.900- \$129.900 COP. • Sweaters y Busos (72 productos): \$89.900 - \$119.900 COP 	<p style="text-align: center;">ADIDAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Camisetas (302 productos): \$59.900- \$169.900 COP • Busos y suéteres (129 productos): \$149.900 - \$399.900 COP

	Tallas	• XS - S - M - L - XL	• XXS-XS-S-M-L-XL	XXS-XS-S-M-L-XL
Producto	Características	Variedad en diseños, estampados y colores.	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad en diseños, estampados y colores. • Sinergia entre creatividad, diseño y calidad. 	Variedad en diseños, estampados y colores.
	Fuente	(Bertero, 2016) (Permoda, s.f.) (Superintendencia de Sociedades, 2019)	(Superintendencia de Sociedades, 2019) (Ijelman, 2018) (ELA, s.f) (Studio F, s.f)	(Superintendencia de Sociedades, 2019) (Adidas, s.f) (Modaes Latinoamérica, 2018)

Con base a lo anterior se observa que la competencia meta son empresas con más de 30 años en el mercado de la moda e indumentaria, que cuentan con un gran número de tiendas tanto nacional como internacionalmente, y, además, dos de las tres corresponden a empresas de origen colombiano.

En términos de producto, estas empresas atienden tanto al género femenino como masculino, ofrecen una amplia cantidad de talles y una variedad en prendas, diseños, estampas y colores. Adicionalmente, se puede evidenciar que Koaj y Ela son las dos marcas que abarcan los tres productos del trabajo (Camisetas, Blusas y Sweaters), seguidas de Studio F y Adidas que abarcan dos.

En términos de precio, se puede evidenciar que Adidas es la marca que cuenta con los importes más altos en sus productos y, por el contrario, Koaj y Ela son marcas que ofrecen precios más accesibles y flexibles.

En términos de ventas y comercialización, se puede evidenciar que las tres empresas han pasado por altas y bajas con el correr de los años, pero con ello, han logrado implementar diferentes estrategias para crecer y sacar adelante el negocio.

Finalmente, con base a todo el análisis se puede concluir que además de que las tres empresas son una competencia fuerte, el éxito o fracaso del trabajo influye en gran medida en las estrategias comerciales que se implementen para su desarrollo.

3.3.2.4. Proveedores

Se refiere a los principales oferentes (empresas o personas) de insumos claves o críticos del producto de negocio; En una actividad comercial, los proveedores son los oferentes de los artículos o productos finales que el negocio se dedicara a vender (Torres Dujisin, 2015, p. 56).

3.3.2.4.1. Selección de la Ciudad Proveedora

Usando diferentes fuentes de información, se realiza un estudio general del mercado chino con el fin de seleccionar las principales ciudades en donde se encuentran los mejores proveedores para entablar una relación comercial.

- Las principales ciudades a nivel general para comprar en el país son: Hong Kong, Shanghai, Beijing, Guangzhou y Shenzhen (Top China Travel, s.f).
- Los mejores mercados mayoristas a nivel general se encuentran en Guangzhou, Shenzhen, Yiwu y Hong Kong (China Brands, 2018).
- Los mejores mercados mayoristas por región son:
 - Sur: Guangzhou y Fujian
 - Este: Zhejiang, Jiangsu y Shanghai
 - Norte: Beijing, Shandong y Hebei
 - Central: Wuhan, Hubei, Changsha y Zhuzhou, Hunan

- Suroeste: Chongqing y Chengdu
- Noreste: Shenyang, Haicheng y Harbin (Trendimius China Sourcing Agent, 2019).
- Las principales ciudades manufactureras de textiles son Guangzhou (La más famosa en la industria de la confección) y Dalang (es la mayor fuente de suéteres en China) (Meeno Group, s.f).

Teniendo en cuenta lo anterior y la ponderación por ciudades del anexo 4, se elige a **Guangzhou** como la ciudad proveedora de los productos para llevar a cabo la ejecución del trabajo.

3.3.2.4.2. Análisis de Posibles Proveedores

Es recomendable solicitar cotizaciones, muestras o viajar hasta lugar de la empresa para llevar a cabo una correcta elección de proveedor; Sin embargo, para efectos del trabajo y teniendo en cuenta el tema costo, la preselección se realiza con base a información de fuentes secundarias (páginas web).

Alibaba y Made-in-china son las páginas de las cuales se extraen los posibles proveedores, de aquí, se seleccionan las empresas que ofrecen una mayor confiabilidad y condiciones para contratar basado en las imágenes de los productos, las características de cada empresa y las formas de pago. Adicionalmente, todos los proveedores seleccionados cuentan con certificaciones de las páginas web y están ubicados en la ciudad de Guangzhou. Los posibles proveedores son:

Tabla 22 – Análisis de proveedores

Pag	Empresa	Tiempo de entrega	Incoterm y Términos de pago	Contacto
Made in China www.made-in-china.com	Backstage Industrial Limited Company http://www.cn-backstage.com	Un mes promedio	FOB // LC, T/T y PayPal	Miss Yuki Tel: 86-20-34693905 sales20@cn-backstage.com
	Guang Zhou Juepell Fashion Company http://www.juepell.net	1-3 meses (temp. alta) 15 días (fuera de temp.)	FOB, EXW, CIF // T/T, Western Union y Money Gram	Wendy Tel: +8618320296468 juepell09@outlook.com
	Guangzhou Fakifii Garment Ltd www.fakifii.com	15 días hábiles	FOB, EXW // LC, T/T, PayPal, Western Union y Money Gram	No se obtiene respuesta ni contacto con la empresa.
Alibaba www.alibaba.com	Guangzhou We Fun Fashion Garment Ltd	15 días promedio	FOB, CFR, CIF, EXW // T/T, L/C, MoneyGram, TC, PayPal, Efectivo y Fideicomiso	No se obtiene respuesta ni contacto con la empresa.
	Guangzhou Hengshengda Garments Ltd https://gzhsd.en.alibaba.com	15 días	FOB, DDP // T/T, Tarjeta de crédito, PayPal, Western Union y Efectivo	Hill Nate Tel: +86-020-83213486 Indica que los precios de la página están en valor FOB

De los cinco proveedores preseleccionados, se continua el análisis con tres y se descartan dos por falta de información y no lograr una comunicación ni contacto con la empresa. Los proveedores que continúan al apartado de selección del proveedor final son Backstage Industrial Limited Company, Guang Zhou Juepell Fashion Company y Guangzhou Hengshengda Garments Ltd. Los dos proveedores que se descartan son Guangzhou Fakifii Garment Ltd y Guangzhou We Fun Fashion Garment Ltd.

3.3.2.4.3. Selección de Proveedor Final

Teniendo en cuenta la proyección de demanda en términos de productos y sumando la información recolectada de los catálogos y las páginas web de cada empresa, se solicitan cotizaciones detalladas por 10.400 unidades con el fin de seleccionar el proveedor que ofrezca los mejores precios y condiciones para llevar a cabo la ejecución del trabajo.

El valor FOB expresa el importe total de la cotización solicitada en dólares (USD) y el tiempo de respuesta indica la cantidad de días totales que tardo la empresa en enviar una cotización final (para visualizar las cotizaciones de las empresas, ver anexo 5)

Tabla 23 – Selección de proveedor final

Empresa	Valor FOB	Tiempo de respuesta
Backstage Industrial	USD 85.581,5	7
Guang Zhou Juepell	USD 82.291,5	6
Guangzhou Hengshengda	Transcurridos 15 días de contacto con el proveedor no se obtiene respuesta de la cotización	

Fuente: Elaboración propia.

Con base a los datos recolectados hasta el momento, se selecciona a la **Guang Zhou Juepell Fashion Company** como primer proveedor debido a que es la empresa que ofrece respuestas más rápidas a las solicitudes, precios más competitivos, mayor cantidad de términos de negociación (incoterms) y mayores formas de pago.

3.3.2.5. Distribución

Se refiere al canal de distribución de los productos, es decir, la forma de hacer que un bien o servicio llegue a los consumidores finales para su uso o consumo. Sin embargo, la clasificación de los diferentes canales de distribución parte de la premisa de que los productos de consumo y los productos industriales necesitan canales diferentes (Torres Dujisin, 2015, p. 248).

3.3.2.5.1. Tipos de Canales

Para efectos del trabajo, el canal de distribución que se selecciona se basa en los productos de consumo. Este, se divide en:

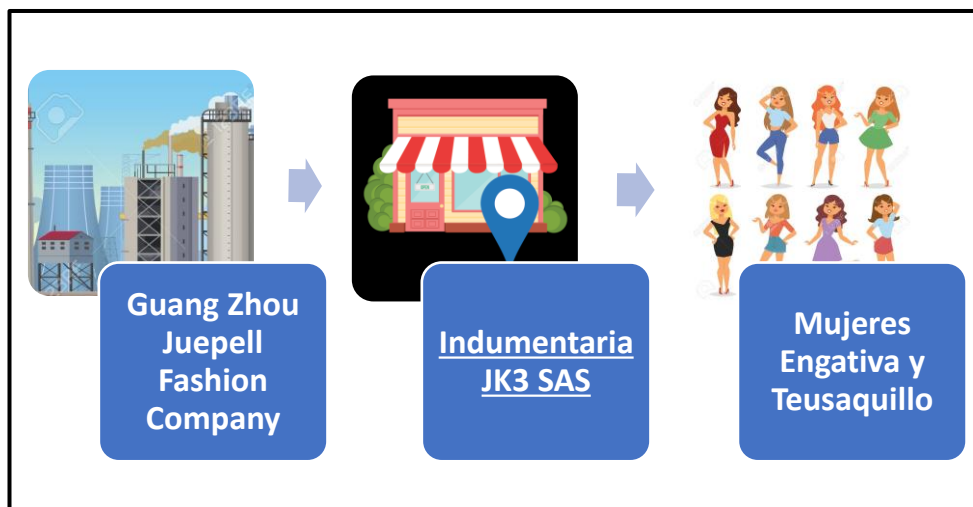
- Canal 1 (Directo): Este tipo de canal no tiene ningún nivel de intermediario, es decir, el productor gestiona todas las actividades necesarias para que el producto llegue al consumidor final
- Canal 2 (Detallista): Este tipo de canal contiene un nivel de intermediario, es decir, el productor por medio de los detallistas o minoristas hacen llegar el producto a los clientes finales.
- Canal 3 (Mayorista): Este tipo de canal contiene dos niveles de intermediarios para hacer llegar el producto al cliente final. Estos niveles son los mayoristas y minoristas.
- Canal 4 (Intermediario): Este canal contiene tres niveles de intermediarios para hacer llegar el producto al cliente final. Estos niveles son agentes intermediarios (firmas comerciales que buscan clientes para los productores), mayoristas y minoristas (Torres Dujisin, 2015, p. 245, 246).

3.3.2.5.2. Selección de Canales

Teniendo en cuenta los tipos de canales de distribución y sumando que a mayor cantidad de niveles menor es el control y mayor la complejidad, se selecciona el canal dos (detallista) como medio para comercializar los productos importados.

La distribución de la mercancía inicia en China con el proveedor **Guang Zhou Juepell Fashion Company**, después, esta es importada a Colombia por la empresa creada **Indumentaria Jk SAS**, para finalmente llegar al mercado meta ubicado en las localidades de Engativá y Teusaquillo de la ciudad de Bogotá.

Gráfica 11 – Canal de distribución



Fuente: Elaboración propia.

3.3.2.6. Precio

Se refiere a la fijación del precio final de la mercancía importada y la comparación con los precios de los competidores para establecer si los valores fijados son competitivos.

3.3.2.6.1. Precios por Unidad

Para ver los detalles de la fijación de precios, ver análisis técnico - fase final (3).

Tabla 24 – Precio por unidad

	Blusa			
Concepto	LTY16-B0022	LTY18-B0021	LH16-B21	LTY16-B0011
Precio sin IVA	USD 10,84	USD 11,97	USD 11,92	USD 12,33
IVA generado	USD 2,06	USD 2,27	USD 2,26	USD 2,34
Precio con IVA	USD 12,90	USD 14,24	USD 14,18	USD 14,67

	Suéter			
Concepto	LTYH03	LTYH01	WLB-2016H01	LTYH124
Precio sin IVA	USD 19,31	USD 18,43	USD 19,81	USD 14,01
IVA generado	USD 3,67	USD 3,50	USD 3,76	USD 2,66
Precio con IVA	USD 22,98	USD 21,93	USD 23,58	USD 16,68

	T-Shirt			
Concepto	LTY16-T0027	JP2015T156	JP2015T68	LTY16-T0028
Precio sin IVA	USD 9,82	USD 14,58	USD 10,51	USD 11,11
IVA generado	USD 1,87	USD 2,77	USD 2,00	USD 2,11
Precio con IVA	USD 11,68	USD 17,35	USD 12,51	USD 13,22

Fuente: Elaboración propia

3.3.2.6.2. Comparación de Precios

En este apartado se comparan y examinan los precios de la mercancía importada con los de la competencia meta. En la tabla, se detalla el precio más bajo y el más alto de cada empresa.

Tabla 25 – Comparación de precios

	Blusas	T-shirt	Sueter
Trabajo	USD 12,90	USD 11,68	USD 16,68
	USD 14,67	USD 17,35	USD 23,58
Koaj	USD 8,29	USD 5,43	USD 11,40
	USD 19,71	USD 8,54	USD 25,69
Studio F	USD 25,69	No aplica	USD 34,26
	USD 56,83		USD 45,69
Ela	USD 8,54	USD 8,54	USD 25,69
	USD 37,11	USD 19,97	USD 34,26
Adidas	No aplica	USD 17,11	USD 42,83
		USD 48,54	USD 114,26

Fuente: Elaboración propia. La tasa de cambio usada es \$3.500 COP por dólar estadounidense. Los dos valores en color verde indican los precios más bajos y los de color rojo los dos valores más altos por prenda de vestir.

Al observar los valores de la tabla anterior se puede evidenciar que:

- Adidas y Studio F son las empresas que manejan los productos más caros y Koaj los productos más económicos.
- Los suéteres del trabajo junto a los de Koaj, son los que presentan los más bajos rangos de precios.
- Las t-shirt y las blusas del trabajo a pesar de no contar con el precio más bajo, se encuentran entre las más económicas frente a los competidores.

Con base a lo anterior, se concluye que el trabajo presenta viabilidad de éxito en términos de precios ya que ingresara al mercado a valores competitivos.

3.3.2.7. Análisis FODA

Debido a que el trabajo es una actividad que se planea poner en operación y no un negocio que durante determinado tiempo se desempeñó en el mercado adquiriendo experiencia, el análisis FODA se realiza en esta etapa con base a la información obtenida en el análisis PESTEL (análisis externo) y el estudio del plan de negocios (análisis interno) de acuerdo con los lineamientos de Torres Dujisin (2015).

Tabla 26 – Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<p>F1: Producto tangible y de consumo final.</p> <p>F2: Alta gama de talles y colores en el mercado local.</p> <p>F3: El principal motor de ventas es la ciudad seleccionada como mercado meta.</p> <p>F4: Los estratos medios-altos compran ropa al menos dos veces al mes.</p> <p>F5: Canal de distribución detallista.</p>	<p>O1: Ley de emprendimiento juvenil.</p> <p>O2: Inflación estable.</p> <p>O3: Incremento del gasto en moda.</p> <p>O4: Mayores compras por internet por parte de las mujeres.</p> <p>O5: Plataformas para agilizar los procesos de creación de empresa y procesos de importación.</p> <p>O6: Normativas, proyectos y programas que apoyan y regulan el proceso de creación de empresas y la internacionalización.</p>
Debilidades	Amenazas
<p>D1: Repercusiones legales o aduaneras por la importación de prendas con impacto negativo al medio ambiente.</p> <p>D2: Alta cantidad de competidores.</p> <p>D3: Demoras en el contacto con algunos de los proveedores.</p>	<p>A1: Unificación y mayores impuestos.</p> <p>A2: Incremento IPC.</p> <p>A3: Devaluación del peso colombiano.</p> <p>A4: Las mujeres presentan un mayor índice de desempleo.</p>

Fuente: Elaboración propia

3.3.2.8. Estrategias Comerciales

Son las acciones que se llevarán a cabo para la comercialización eficiente de la indumentaria importada. Para los proyectos Pyme, resulta suficiente establecer las estrategias comerciales del producto, precio, distribución y promoción con base al objetivo estratégico seleccionado (Torres Dujisin, 2015, p. 56).

Los componentes que se deben tener claros para poder establecer las estrategias comerciales son:

- **Cliente meta:** Mujeres entre 20 y 49 años ubicadas en las localidades de Engativá y Teusaquillo de la ciudad de Bogotá.
- **Objetivo estratégico:** Ingresar al mercado meta y lograr las proyecciones de demanda de producto.
- **Proyecciones de demanda:** Vender 10,4 mil unidades de producto en los primeros tres meses, y luego incrementar un 2% trimestralmente.
- **Tiempo:** Se establece un (1) año como tiempo para cumplir el objetivo estratégico.
- **Técnica de medición:** Los valores están expresados en miles.

Trimestre	Formula	Resultado trimestral
Primer	$\frac{\text{Unid. vendidas primer trimestre}}{10,4} * 100$	El objetivo se cumple si es resultado es = o > 100%
Segundo	$\text{Unid. vendidas primer trimestre} + (\text{Total unid. vendidas primer trimestre} * 0,02)$	El objetivo se cumple si el total de unidades es = o > 10,6
Tercer	$\text{Unid. Vendidas segundo trimestre} + (\text{Total unid. vendidas segundo trimestre} * 0,02)$	El objetivo se cumple si el total de unidades es = o > 10,8
Cuarto	$\text{Unid. vendidas tercer trimestre} + (\text{Total unid. vendidas tercer trimestre} * 0,02)$	El objetivo se cumple si el total de unidades es = o > 11

Fuente: Elaboración propia. Los valores están expresados en miles.

Las diferentes estrategias para lograr el objetivo estratégico son:

3.3.2.8.1. Producto

Tabla 27 – Estrategias de producto

Estrategia	Acciones	Resultado
<p>Seleccionar eficientes proveedores de indumentaria</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar estudio de proveedores. • Seleccionar el proveedor que ofrezca respuestas rápidas y productos de calidad. 	<p>Se selecciona la empresa Guang Zhou Juepell Fashion Company como proveedor para la primera importación (detalle, ver apartado 4. Proveedores).</p>
<p>Importar variedad de indumentaria</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Revisar los catálogos y páginas web de los diferentes proveedores. • Solicitar cotizaciones de diferentes telas y modelos dependiendo la temporada. 	<p>Para la primera importación se eligen 2 modelos por posición arancelaria en variedad de colores y talles. La cotización elegida se detalla en el anexo 5.</p>
<p>Implementar en uso de empaques ecológicos y personalizados</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar estudio de proveedores. • Seleccionar el proveedor que ofrezca respuestas rápidas y productos de calidad. 	<p>Se selecciona como proveedor a la empresa Biobolsa (detalles, ver anexo 6).</p>
<p>Ofrecer diferentes formas de pago</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estudiar las posibles formas de pago. • Seleccionar las formas de pago. 	<p>Las formas de pago ofrecidas son efectivo, consignaciones y tarjetas débito y crédito (detalles, ver capítulo estudio organizacional).</p>

Fuente: Elaboración propia

3.3.2.8.2. Precio

Tabla 28 – Estrategias de producto

Estrategia	Acciones	Resultado
Ofrecer descuentos en compras online	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer porcentajes de descuentos en la primera compra por internet. 	Mayor tráfico y ventas en la página web.
Ofrecer descuentos por temporadas	<ul style="list-style-type: none"> • Estudiar las temporadas en las que más descuentos se ofrecen. • Seleccionar las fechas y porcentajes. 	Se seleccionan los meses de mayo (día de madres) y diciembre (fiestas) para ofrecer descuentos.
Efectuar la acumulación de puntos	<ul style="list-style-type: none"> • Seleccionar la forma de inscripción de los clientes. • Establecer las formas de redimir los puntos. 	Los clientes podrán inscribirse y acumular puntos por cada compra (detalles, ver anexo 7).

Fuente: Elaboración propia

3.3.2.8.3. Distribución

Tabla 29 – Estrategias de distribución

Estrategia	Acciones	Resultado
Comercializar productos por internet	Incluir dentro de la página web el enlace a la tienda.	Los clientes al registrarse pueden adquirir los productos online.
Realizar tarjetas empresariales con los datos de contacto	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar estudio de proveedores. • Seleccionar el mejor proveedor. 	Se selecciona como proveedor a la empresa Digital d3 (detalles, ver anexo 8).
Indicar las vías de acceso	Señalar en la página web y redes sociales, las formas de llegar a los puntos de venta.	Los clientes encontrarán publicados los diferentes accesos a los puntos de venta.

Fuente: Elaboración propia

3.3.2.8.4. Promoción

Tabla 30 – Estrategias de promoción

Estrategia	Acciones	Resultado
Crear una Página Web atractiva y dinámica	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar estudio de proveedores. • Seleccionar el mejor proveedor. 	Se selecciona como proveedor a la empresa TecnoWeb (detalles, ver anexo 9)
Promocionar la empresa por redes sociales.	<ul style="list-style-type: none"> • Seleccionar las redes sociales que más se usan. • Mantener las redes sociales con información actualizada. 	En las plataformas de YouTube, Facebook e Instagram, se publicarán artículos, fotos y videos para mantener al día a los clientes sobre las diferentes novedades.
Participar en eventos de moda.	<ul style="list-style-type: none"> • Averiguar sobre las diferentes ferias y eventos de moda. • Seleccionar los posibles eventos a los que se asistirá. 	Se asistirá a los eventos Colombiamoda y BCapital , y además, se realizan los talleres de la Cámara de Comercio de Bogotá que se relacionen con la moda (detalles, ver anexo 10).

Fuente: Elaboración propia

3.3.3. Estudio Técnico

El estudio técnico conforma la segunda etapa del trabajo de inversión, en este, se contemplan todos los aspectos técnicos necesarios para el uso eficiente de los recursos disponibles para la comercialización final del producto (Torres Dujisin, 2015, p. 99).

3.3.3.1. Fase Inicial

En este apartado, se desarrolla todo lo relacionado con la compra de la indumentaria femenina hasta su despacho en el país exportador.

3.3.3.1.1. Datos Generales

Los datos que se tienen en cuenta a modo general a la hora de realizar el estudio técnico son:

- **Códigos arancelarios:**

Capítulo 61 (de punto)	
6109	«T-shirts» y camisetas, de punto
6109.10.00.00	De algodón
6109.90.90.00	De las demás materias textiles
6110	Suéteres (jerseys)
6110.20.10.00	De algodón
6110.90.00.00	De las demás materias textiles
Capítulo 62 (excepto lo de punto)	
6206	Camisas, blusas y blusas camiseras
6206.30.00.00	De algodón
6206.40.00.00	De fibras sintéticas o artificiales

- **Cantidad/ Unidad física:** 10.400 unidades de prendas de vestir.
- **Origen:** China / Guangzhou
- **Destino:** Colombia / Bogotá

3.3.3.1.2. Descripción de la Mercancía

Las mercancías que ingresan al territorio nacional colombiano deben estar debidamente descritas. Las medidas obligatorias que debe tener la descripción de las partidas arancelarias del trabajo son:

Tabla 31 – Medidas en la descripción de mercancías

Partida	Obligatorio			
	Nombre comercial	Denominación de la prenda	Tipo de tejido	Composición
6109.10.00.00	T-Shirt	Código 59	Código 1 - De punto	Código 3 100% Algodón
6109.90.90.00	T-Shirt	Código 59	Código 1 - De punto	Código 18 100% otro
6110.20.10.00	Suéter	Código 59	Código 1 - De punto	Código 3 100% Algodón
6110.90.00.00	Suéter	Código 59	Código 1 - De punto	Código 18 100% otro
6206.30.00.00	Blusa	Código 7	Código 2 - Otro	Código 3 100% Algodón
6206.40.00.00	Blusa	Código 7	Código 2 - Otro	Código 18 100% otro

Fuente: Elaboración propia con base a datos de la (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, 2019)

Además, de forma opcional, la descripción puede ir acompañada de:

- **Marca comercial:** Texto con una longitud de 60.
- **Talla:** Texto con una longitud de 60 caracteres.
- **Color:** Texto con una longitud de 60 caracteres.
- **Otras características:** Texto con una longitud de 4.000 caracteres.

3.3.3.1.3. Termino de Negociación

El medio de transporte internacional usado en el trabajo de importación es marítimo y el incoterm es FOB puerto Guangzhou/China (detalles de los tipos de incoterms, ver anexo 11).

En este término, los costos y la responsabilidad del vendedor llegan hasta el momento que ponen la mercancía a bordo del buque, de ahí en adelante el comprador es el único responsable. Algunas obligaciones de cada una de las partes son:

Tabla 32 – Obligaciones incoterm FOB

Comprador	Vendedor
Pagar el precio de la mercancía, según el contrato de compraventa.	Suministrar la factura comercial.
Realizar todos los trámites de importación y su transporte.	Obtener la licencia de exportación.
Asumir los requerimientos aduaneros del país destino.	Efectuar el despacho de la exportación.
Tomar la responsabilidad sobre la mercancía, una vez entregada en el punto acordado.	Entregar la mercancía a bordo del buque elegido por el comprador.
Asumir los riesgos y daños de la mercancía desde que le haya sido entregada	Asumir los riesgos de pérdida o daño ocasionados a la mercancía hasta que se haya entregado.
Notificar al vendedor el nombre del buque, el punto de carga y, si es el caso, la fecha y el plazo acordado.	Pagar los costos que se deriven por inspección o trámites previos al embarque y ordenadas por el país exportador.

Fuente: Elaboración propia, con base a (Legiscomex , 2019a)

El incoterm FOB, es representado de la siguiente forma:



Fuente: (Legiscomex , 2019a)

3.3.3.1.4. Cotización

La solicitud de cotización es el procedimiento mediante el cual el vendedor envía un documento al comprador en el exterior, donde se incluye el precio de los productos solicitados, con todos los gastos requeridos para llevar la mercancía hasta el punto de entrega acordado previamente entre las dos partes (Legiscomex, 2019).

Después de realizar el estudio de proveedores, se selecciona la empresa **Guang Zhou Juepell Fashion Company** como proveedora para la primera importación (detalle, ver apartado estudio de mercado, apartado 4. Proveedores).

3.3.3.1.5. Forma de Pago

La forma de pago que ofrece la empresa seleccionada como proveedora de indumentaria es la Transferencia Telegráfica (T/T). En este método, la empresa solicita un depósito del 30% antes de producir y el 70% de saldo antes de entregar el producto en el lugar pactado.

Bancolombia, el banco seleccionado como entidad bancaria de la empresa creada (detalle, ver capítulo estudio organizacional) cobra USD\$ 32 + IVA por transacción (Bancolombia, 2019).

3.3.3.1.6. Etiqueta

Los requisitos de etiquetado en Colombia para las confecciones nacionales e importadas son:

- Los datos requeridos deben estar etiquetados de forma permanente, es decir, que debe ser cosida o adherida a los productos por lo menos hasta el momento de su comercialización al consumidor.
- La etiqueta debe ser legible y estar colocada en un sitio visible o en un lugar de fácil acceso.
- La información de la etiqueta debe estar como mínimo en idioma español, excepto, aquella que no sea posible su traducción y deba estar como mínimo en alfabeto latino (Resolución 1950, 2009, art. 5)

Adicionalmente, la etiqueta debe contener como mínimo los siguientes datos:

- País de Origen
- Nombre del Fabricante y/o Importador en Colombia
- El código del importador autorizado por la DIAN (detalle, estudio organizacional)
- El número de identificación tributaria o el número de registro ante la SIC.
- Instrucciones de cuidado y conservación del producto (si es mediante símbolos, la Norma Técnica Colombia es 1806 del 2005-08-24)
- Materiales textiles y su participación en la fabricación del producto
- Talla (Resolución 1950, 2009, art. 5)

Finalmente, de acuerdo con los requisitos de etiqueta, se diseña el modelo para los productos importados.

Gráfica 12 – Diseño de etiqueta permanente

Fuente: Elaboración propia

3.3.3.1.7. Embalaje

El envase del producto debe ser adecuado para evitar suciedad o daños; Por esta razón, la unidad de carga es pallet y los productos importados ingresan al país bajo los siguientes empaques:

- Empaque primario: Bolsa de polietileno (por unidad).
- Empaque secundario: Embalado en cajas de cartón.



En términos cuantitativos, la importación presenta las siguientes características:

- Medidas de las cajas 10*50*50 cm.
- Cantidad de cajas: 54 unidades.
- Cantidad de pallet: 4 de 12 cajas y 1 de 6 cajas.
- Total del peso bruto: 2059

Los detalles del embalaje se evidencian en el anexo 12.

3.3.3.1.8. Transporte y Despacho Aduanero

Al determinar los detalles de la importación, se solicitan cotizaciones para el transporte internacional. Para el trabajo, se solicitaron cinco (5) cotizaciones internacionales, obteniendo una respuesta positiva de Grupo Serince y Dietrich Logistics (detalles, ver anexo 13). Los principales detalles de cada empresa son:

Tabla 33 – Selección empresa transportadora

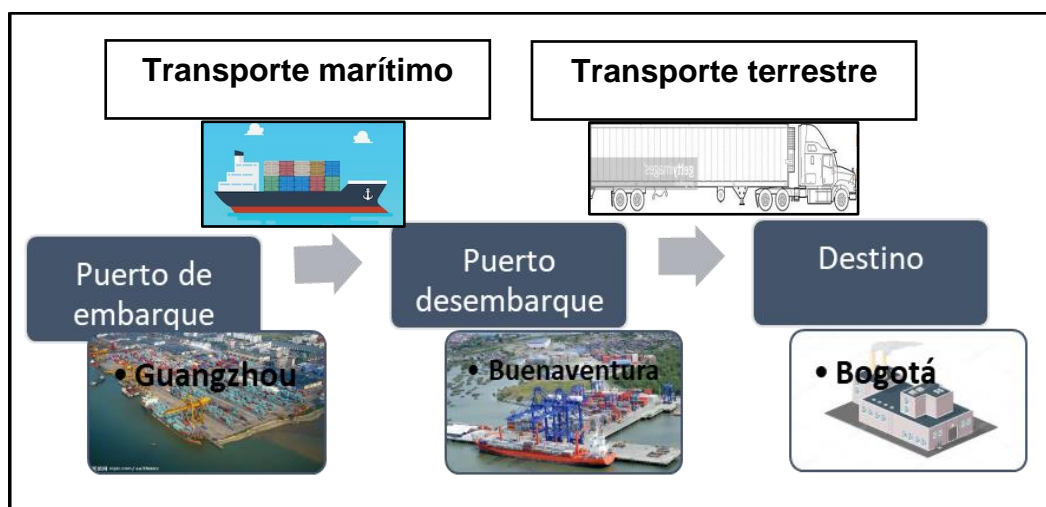
	Grupo Serince	Dietrich Logistics Colombia
Tiempo respuesta	4 días	4 días
Contacto telefónico	No	Si
Contacto mail	Si	Si
Costo cotización	USD 1.984,73	USD1.677,18

Nota: Los valores están expresados en dólares estadounidenses

Al analizar las dos (2) cotizaciones se determinan continuar el proceso con la empresa **Dietrich Logistics Colombia**, debido a que el asesor se tomó el tiempo de establecer una comunicación tanto escrita como verbal, y además los costos son más económicos que los de Grupo Serince.

Finalmente, la ruta realizada por la transportadora es:

Gráfica 13 – Diseño de etiqueta permanente



Fuente: Elaboración propia.

3.3.3.2. Fase Proceso

Una vez culminada la fase inicial y que la mercancía se encuentre en camino, se continúa con la fase que abarca todo lo relacionado con el desembarque hasta su llegada a la empresa.

3.3.3.2.1. Modalidad de Importación

El régimen por el cual ingresa la mercadería a Colombia es **importación ordinaria**. Este régimen indica la introducción de mercancías de procedencia extranjera al territorio aduanero nacional con el fin de permanecer en él de manera indefinida, en libre disposición, con el pago de los tributos aduaneros a que hubiere lugar (Decreto 1165, 2019, art. 172).

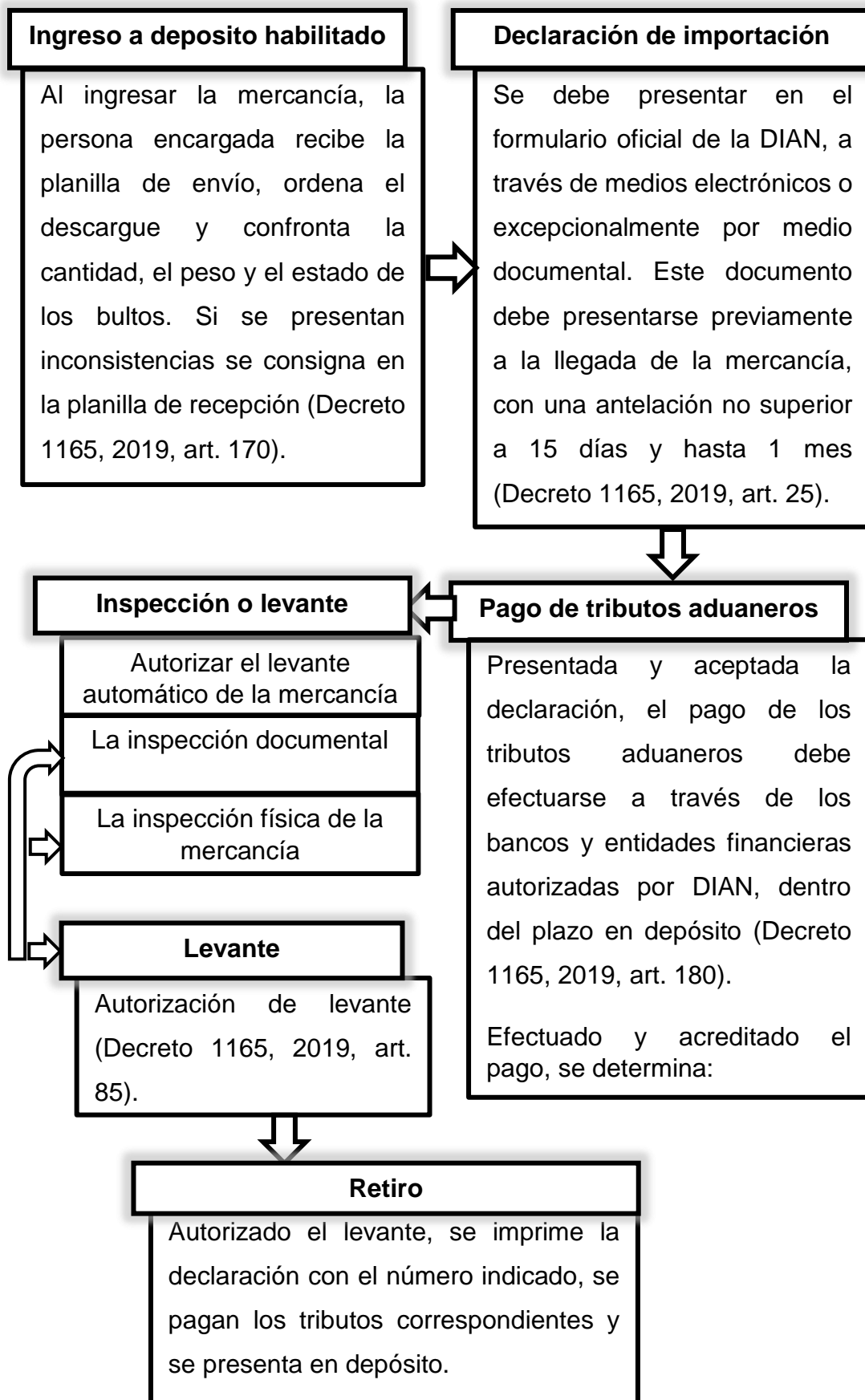
3.3.3.2.2. Proceso Aduanero

Una vez descargada la mercancía en puerto, se realiza la planilla de envío y bajo la responsabilidad del transportador o del agente de carga se transporta hasta un depósito habilitado. Adicionalmente, la mercancía podrá permanecer hasta por el término de un (1) mes en depósito, contado desde la fecha de su llegada al territorio aduanero nacional y prorrogable por un (1) mes. (Decreto 1165, 2019, art. 154, 171).

En el trabajo, la empresa responsable de la mercancía para efectos aduaneros es la transportadora **Dietrich Logistics Colombia**, quien dentro se la cotización incluyo los gastos de agenciamiento aduanero.

El proceso aduanero para lograr obtener la mercancía hasta el lugar de destino (empresa del trabajo) es:

Tabla 34 – Proceso aduanero



3.3.3.2.3. Documentos de Importación

Los documentos que se deben presentar cuando hubiere lugar en el proceso de importación y conservar (originales) por un período de cinco (5) años contados a partir de la fecha de emisión son:

Tabla 35 – Documentos de importación

Documento	Descripción	Emitido	Si/ no
Registro o licencia de importación	Para los regímenes de libre importación, se debe realizar el registro de importación para obtener la autorización de ingreso de la mercancía al territorio aduanero nacional (Decreto 925, 2013, art. 1). Este registro se debe diligenciar a través de la plataforma informática VUCE 2.0 (Circular 037, 2018).	Comprador	Si
Factura comercial	Documento que prepara el vendedor y describe en forma clara los datos de transacción, consignatario y sistema de pago.	Vendedor	Si
Documento de transporte	Debido a que la mercancía se importa de modo marítimo, el documento que se emplea es el Bill of lading.	Empresa transp.	Si
Certificación de origen	Documento mediante el cual se acredita que un producto cumple con la norma o criterio de origen de cierto tratado. No aplica en el trabajo debido a que Colombia - China no tienen tratados vigentes.	Vendedor	No

<p>Lista de empaque</p>	<p>Documento que proporciona información sobre el embalaje, cantidades de bultos o cajas, contenido, peso y volumen, así como las condiciones de manejo y transporte de las mercancías (Legiscomex, 2019).</p>	<p>Vendedor</p>	<p>Si</p>
<p>Mandato</p>	<p>Contrato en virtud del cual el declarante faculta a una agencia de aduanas para que, en su nombre y representación y por cuenta y riesgo del declarante, lleve a cabo las formalidades aduaneras (Decreto 1165, 2019, art. 3)</p>	<p>Comprador</p>	<p>Si</p>
<p>Declaración andina del valor</p>	<p>Documento que contiene la información relativa a la transacción comercial y los conceptos y cálculos para la determinación de valor en aduanas de las mercancías importadas que se declaran ante la autoridad aduanera (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales , 2019a)</p>	<p>Comprador</p>	<p>Si</p>
<p>Vistos buenos</p>	<p>Son los documentos que emiten las diferentes entidades y definen apto un producto para su debido proceso de importación (Legiscomex , 2019b)</p> <p>No aplica en el trabajo debido a que las partidas arancelarias no necesitan de este requerimiento.</p>	<p>Comprador</p>	<p>No</p>

Fuente: Elaboración propia

3.3.3.2.4. Impuestos de Importación

Los impuestos establecidos para las partidas arancelarias incluidas en el trabajo de importación son:

Tabla 36 – Impuestos de importación

Partida	Gravamen arancelario	Impuestos	
		Específico	IVA
6109.10.00.00	10%	Mas USD 3 por kilo bruto	19%
6109.90.90.00	10%		19%
6110.20.10.00	10%		19%
6110.90.00.00	10%		19%
6206.30.00.00	10%		19%
6206.40.00.00	10%		19%
Comentarios	Los gravámenes comprenden derechos ad-valorem.		Se liquida sobre el valor en aduanas (CIF).
Fuente	(Decreto 1419, 2019)		(Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, 2019)

Fuente: Elaboración propia

La liquidación de los tributos aduaneros se determina de la siguiente forma:

- Valor CIF (USD) X TRM = Valor en aduanas
- Valor en aduanas X Porcentaje de arancel = Valor Arancel
- Valor en aduanas + Valor Arancel = Base IVA
- Base IVA X Porcentaje IVA = Valor IVA

3.3.3.2.5. Costos Importación

En este apartado se determinan los costos totales de la primera importación hasta el depósito de la empresa creada en la ciudad de Bogotá.

Tabla 37 – Costos de importación

Concepto	Valor USD
FOB	82,29
Flete internacional	0,45
CFR	82,74
Seguro Internacional 0,30%	0,25
CIF	82,99
Handling	0,08
Desconsolidación	0,20
Radicación	0,10
Collet Fee	0,04
Agenciamiento aduanero (0,32% sobre FOB)	0,26
Gastos documentación	0,10
Transporte hasta depósito	0,44
Arancel 10% sobre CIF	8,30
Impuesto 3usd por kilo bruto	6,18
DDP	98,69
IVA descontable (19%)	17,34
Total	116,04

Fuente: Elaboración propia - Detalles de costos por partida arancelaria y referencia de mercancía, ver anexo 14. Datos expresados en miles de dólares estadounidenses.

El costo total de la importación es de USD 116,04 (mil), es decir USD 116.036.

3.3.3.3. Fase Final

Una vez la mercancía llegue al depósito de la empresa creada (local de Engativá), se prosigue con establecer los precios finales y la distribución a los locales para la venta final.

3.3.3.3.1. Costos por Unidad

Una vez determinado el costo DDP por partida arancelaria y referencia de mercancía (ver anexo 14), se divide este valor en la cantidad de prendas que incluye cada una de las referencias para obtener el precio por unidad.

Tabla 38 – Costos DDP por unidad

Blusa				
Referencia	LTY16-B0022	LTY18-B0021	LH16-B21	LTY16-B0011
DDP unidad	USD 7,44	USD 8,30	USD 8,27	USD 8,58

Suéter				
Referencia	LTYH03	LTYH01	WLB-2016H01	LTYH124
DDP unidad	USD 13,95	USD 13,28	USD 14,34	USD 9,88

T-Shirt				
Referencia	LTY16-T0027	JP2015T156	JP2015T68	LTY16-T0028
DDP unidad	USD 6,65	USD 10,31	USD 7,18	USD 7,65

Fuente: Elaboración propia

3.3.3.3.2. Gastos por Unidad

A continuación, se detallan los gastos mensuales operacionales y administrativos a nivel general y por local (detalles, anexo 15).

Tabla 39 – Gastos por unidad

Concepto		Engativá	Teusaquillo	Total
Operacionales	Alquiler	0,37	0,53	0,90
	Internet	0,02	0,02	0,05
	Mant. Página Web	0,04	0,06	0,10
	Electricidad, agua, gas	0,01	0,01	0,02
	Útiles oficina	0,03	0,01	0,03
	Tarjetas	0,01	0,00	0,01
	Bolsas ecológicas	0,30	0,10	0,40
Admón.	Gerente	0,26	0,09	0,34
	Vendedores	0,51	0,51	1,03
	Contador	0,19	0,06	0,26
Totales		1,74	1,39	3,14

Fuente: Elaboración propia, detalles anexo 15. Datos expresados en miles de dólares estadounidenses.

Adicionalmente, como el total de la mercancía importada se proyecta vender en tres meses, la formula usada para calcular el valor del gasto por unidad es:

$$\frac{(\text{Gasto mensual} \times \text{meses proyectados})}{\text{cantidad de unidades}}$$

(USD USD 3,15 * 3) / 10400

USD 9,41 /10400

USD 0,0009 (mil)

El gasto por unidad importada es USD 0,90

3.3.3.3. Precio por Unidad

Una vez establecidos los costos y gastos del producto por unidad, se determinan los precios de venta teniendo en cuenta un margen de utilidad del 30% y el impuesto al valor agregado generado (IVA) del 19%.

Tabla 40 – Precios de venta

Blusa				
Referencia	LTY16-B0022	LTY18-B0021	LH16-B21	LTY16-B0011
DDP por unidad	USD 7,44	USD 8,30	USD 8,27	USD 8,58
Gastos	USD 0,90	USD 0,90	USD 0,90	USD 0,90
Subtotal	USD 8,34	USD 9,20	USD 9,17	USD 9,48
Margen utilidad 30%	USD 2,50	USD 2,76	USD 2,75	USD 2,84
Precio sin IVA	USD 10,84	USD 11,97	USD 11,92	USD 12,33
IVA 19%	USD 2,06	USD 2,27	USD 2,26	USD 2,34
Precio con IVA	USD 12,90	USD 14,24	USD 14,18	USD 14,67

Los valores se expresan en unidades de dólar estadounidense ya que son demasiado pequeños para expresarlos en miles.

Suéter				
Referencia	LTYH03	LTYH01	WLB-2016H01	LTYH124
DDP por unidad	USD 13,95	USD 13,28	USD 14,34	USD 9,88
Gastos	USD 0,90	USD 0,90	USD 0,90	USD 0,90
Subtotal	USD 14,85	USD 14,18	USD 15,24	USD 10,78
Margen utilidad 30%	USD 4,46	USD 4,25	USD 4,57	USD 3,23
Precio sin IVA	USD 19,31	USD 18,43	USD 19,81	USD 14,01
IVA 19%	USD 3,67	USD 3,50	USD 3,76	USD 2,66
Precio con IVA	USD 22,98	USD 21,93	USD 23,58	USD 16,68

Los valores se expresan en unidades de dólar estadounidense ya que son demasiado pequeños para expresarlos en miles.

T-Shirt				
Referencia	LTY16-T0027	JP2015T156	JP2015T68	LTY16-T0028
DDP por unidad	USD 6,65	USD 10,31	USD 7,18	USD 7,65
Gastos	USD 0,90	USD 0,90	USD 0,90	USD 0,90
Subtotal	USD 7,55	USD 11,21	USD 8,08	USD 8,55
Margen utilidad 30%	USD 2,27	USD 3,36	USD 2,43	USD 2,56
Precio sin IVA	USD 9,82	USD 14,58	USD 10,51	USD 11,11
IVA 19%	USD 1,87	USD 2,77	USD 2,00	USD 2,11
Precio con IVA	USD 11,68	USD 17,35	USD 12,51	USD 13,22

Los valores se expresan en unidades de dólar estadounidense ya que son demasiado pequeños para expresarlos en miles.

3.3.3.3.4. Distribución

Establecido el precio de venta, la mercancía importada se distribuye en los locales de Engativá y Teusaquillo proporcionalmente a la cantidad de demanda en cada localidad. En Engativá se almacena el 75% y a Teusaquillo se transporta el 25%.

Finalmente, una vez la mercancía se encuentre en los locales, se realiza el proceso de venta directo al cliente final.



Indumentaria jk



Mercado meta

3.3.4. Estudio Organizacional

Crear una empresa en Colombia no es tarea fácil, pero tampoco es imposible la idea de lograrlo y esto se ve reflejado en la cantidad de unidades productivas creadas en el país en los últimos años.

- En 2017 se crearon en el país 323.265 unidades productivas (70.022 sociedades y 253.243 personas naturales). (Confecámaras, 2017, p. 1)
- En 2018 se crearon 328.237 unidades productivas (69.283 sociedades y 258.954 personas naturales) (Confecámaras , 2018, p.1)
- En el primer trimestre de 2019 se crearon 96.914 unidades productivas, 9,7% más que en el mismo periodo del año anterior, presentando un aumento tanto en la creación de sociedades (10,5%) como personas naturales (9,5%). (Confecámaras, 2019, p.1)

Tabla 41 – Variación en la creación de empresas

AÑO	Persona Natural	Variación*	Sociedades	Variación*
2017	253.243	Δ 13%	70.022	∇ 9,2%
2018	258.954	Δ 1,4%	69.283	∇ 1,4%
2019**	75.410	Δ 9,5%	21.504	Δ 10,5%

Fuente: Elaboración propia en base a información de Confecámaras.

* La variación se muestra respecto al año anterior.

** En 2019 se muestra los resultados del primer trimestre del año

Durante los últimos años la creación de unidades productivas en Colombia presento variaciones positivas, sin embargo, estas se ven reflejadas con mayor proporción en la constitución de empresas como personas naturales. Una de las razones por las que las sociedades no presentan aumentos positivos, es el desconocimiento de los requerimientos exigidos a la hora de constituir una empresa, es por ello, que este capítulo pretende mostrar una guía donde se detallan las características, los requisitos y pasos a seguir al momento de constituir una empresa como sociedad en Colombia.

3.3.4.1. Forma de Constitución

En Colombia, se puede constituir una empresa como persona natural o como persona jurídica. Esta segunda, es la menos elegida por las personas debido al desconocimiento de las características y los requerimientos establecidos por las entidades para su constitución. Es por ello, que a continuación se enuncian dos de las principales ventajas de crear una empresa como persona jurídica en vez de persona natural.

Tabla 42 – Constitución de personas jurídicas

Ventaja	Explicación
Responsabilidad	En varios tipos de sociedades, son las empresas y no los dueños quienes asumen todas las obligaciones/deudas contraídas durante su funcionamiento o cierre, respaldadas con el capital y patrimonio de esta.
Capital	Son las empresas las que presentan más posibilidades de acceder a préstamos y créditos, además de tener mayor disponibilidad de capital al ser aportado por varios socios.

Fuente: Elaboración propia

3.3.4.1.1. Tipos de Sociedades

Inicialmente en Colombia solo existían 6 formas de crear una empresa bajo la modalidad jurídica. Estas formas eran sociedades colectivas, sociedades comandita simple, sociedades comandita por acciones, sociedades limitadas, sociedades anónimas y sociedades mixtas (Codigo de comercio de Colombia, 1971).

Con el tiempo, el congreso de la república de Colombia adopto otras dos formas de constitución de empresas con el fin de facilitar el proceso de creación. Estas formas son, sociedades por acciones simplificadas y empresas Unipersonales. (detalles tipos de sociedades, ver anexo 16).

3.3.4.1.2. Tamaño Empresarial

En Colombia, hasta noviembre del 2019 las empresas se clasifican de acuerdo con la cantidad de trabajadores y activos totales (Ley 590, 2000). A partir de esa fecha, el gobierno establece una nueva forma de clasificación basada en el criterio único de ingresos por actividad ordinaria, entendiéndose esta como el concepto de ventas brutas anuales provenientes de las actividades que no son consideradas de inversión o financiación (Decreto 957, 2019, p. 4,5). La nueva clasificación se establece de la siguiente manera:

Tabla 43 - Tamaño empresarial desde diciembre 2019

Empresa	Sector Manufacturero	Sector Servicios	Sector de comercio
Mediana	> 204.995 =< 1'736.565	> 131.951 =< 483.034	> 431.196 =< 2'160.692
Pequeña	> 23.563 =< 204.995	> 32.988 =< 131.951	> 44.769 =< 431.196
Microempresa	< 23.563	< 32.988	< 44.769

Los valores están expresados en UVT, el cual para el 2019 equivale a COL\$34.270.

3.3.4.1.3. Elección de la Forma de Constitución

Después de examinar el tamaño de las empresas, los tipos de sociedades y teniendo en cuenta que en Colombia el 54% de las sociedades operan bajo el modelo S.A.S, el 30,8% como Sociedades Anónimas, 9% como Compañías Limitadas y las restantes con 6,1% (Superintendencia de Sociedades, 2018, párr. 2), se determina que para el trabajo la mejor forma de constitución es una **pequeña empresa bajo la modalidad SAS**.

3.3.4.2. Clasificación Económica

En Colombia, el código CIIU es la clasificación de las actividades económicas en la que cada unidad productiva del país debe estar situada. Esta clasificación comenzó a usarse en el año 2000 y actualmente la revisión 4 del 2012 de la es la adaptación más reciente y usada por la DIAN y la cámara de comercio de Bogotá. (Cámara de comercio de Bogotá, s.f (a))

3.3.4.2.1. Obtención del CIIU

Todos los empresarios inscritos ante las Cámaras de Comercio deben obtener un código CIIU para certificar la actividad mercantil y poder realizar los trámites pertinentes ante la DIAN. Este código se puede obtener en:

- Pagina DIAN: <https://www.dane.gov.co/files/nomenclaturas/correlativas/Correlativas.3.1vs4.xls>
- Pagina Cámara de Comercio de Bogotá: <http://linea.ccb.org.co/descripcionciiu/>

3.3.4.2.2. División del CIIU

El código CIIU está dividido en:

- 21 secciones: Cada sección es identificada con una letra del abecedario de la A hasta la U.
- 99 divisiones: Representan los dos primeros dígitos de la clasificación.
- 246 grupos: Representan el tercer dígito de la clasificación.
- 495 clases: Representan el cuarto dígito de la clasificación.

3.3.4.2.3. Selección del CIIU

De acuerdo con la clasificación CIIU, el trabajo se ubica en **G4642**.

- **Sección G:** Comercio al por mayor y al por menor.
- **División 46:** Comercio al por mayor y en comisión o por contrata.
- **Grupo 4:** Comercio al por mayor de artículos y enseres domésticos (incluidas prendas de vestir).
- **Clase 2:** Comercio al por mayor de prendas de vestir.

3.3.4.3. Requisitos Previos

Previamente a iniciar con el procedimiento de creación de empresa ante las entidades estatales correspondientes, se deben recopilar y establecer ciertos datos con el fin de evitar inconvenientes durante el proceso.

3.3.4.3.1. Nombre de la Empresa

Todos los emprendedores deben consultar el nombre de la empresa que desean crear con el fin de evitar conflictos con los actualmente ya inscritos (dos o más empresas no pueden estar inscritas con el mismo nombre).

El nombre de la empresa no debe ocasionar ninguna confusión o error con uno ya existente, por ello, se recomienda pensar en varias opciones y tener en cuenta las siguientes consideraciones:

Tabla 44 - Elección nombre de sociedad

Consideración	Ejemplo
Consultar de diferentes formas, ya que pueden existir nombres que fonéticamente suenan iguales.	Soni, Sony, Zoni
No son diferenciadores las razones sociales.	Luna Ltda, Luna S.A
Consultar los nombres compuestos en forma conjunta y separada.	Buenacarne, Buena carne
Consultar en plural y en singular.	Lunas, Luna
Consultar con espacios y puntos.	Luna, L u n a

Fuente: Elaboración propia, con base a la VUE₁ (VUE, 2019)

Aunque ninguna Cámara de Comercio del país puede reservar un nombre, para efectos del trabajo se consulta la disponibilidad el 10/06/2019 y se elige **Indumentaria JK3 SAS** como nombre de la empresa a crear.

3.3.4.3.2. Documento de Constitución

La constitución de las empresas bajo el modelo de Sociedad por Acciones Simplificada se puede realizar por medio de escritura pública o documento privado. Por un lado, la escritura pública es un documento expedido por un funcionario público competente y que por ley, es auténtico por sí mismo, es decir que, con la emisión y la firma estampada sobre el documento hay una presunción de su origen y es suficiente para su inscripción; Por otro lado, el documento privado es un escrito suscrito por su otorgante y no es auténtico por sí mismo, por lo que además de ser firmado debe ser reconocido ante notario o presentado personalmente ante el secretario de la Cámara de Comercio (Cámara de Comercio de Bogotá, 2019).

Para el trabajo, se elige **documento privado** (su elaboración no tiene costo) y se presenta personalmente ante la Cámara de comercio.

3.3.4.3.3. RUT

El Registro Único Tributario, es un mecanismo de la DIAN para “identificar, ubicar y clasificar a las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyentes declarantes del impuesto de renta, los responsables del régimen común, los pertenecientes al régimen simplificado, los agentes retenedores, los importadores, exportadores y demás usuarios aduaneros” (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, 2019b, párr. 1).

Las empresas que se van a registrar por primera vez y tienen pensado realizar actividades de importación y exportación, deberán anotarse como usuarios aduaneros en la casilla 54 del RUT, si esta anotación no se hace en el momento, deberá hacerse posteriormente ante la DIAN de manera que se pueda actualizar la información (Moreno Dávila, 2019)

El formulario y la inscripción son tramites totalmente gratuitos (detalles del proceso de solicitud del RUT, ver anexo 17). Una vez realizada la inscripción, el sistema o la persona encargada asigna a la empresa un número de identificación tributaria NIT.

3.3.4.3.4. RUES

El registro único empresarial y social es un formulario que integra la información del registro mercantil, único de proponentes, entidades sin ánimo de lucro, régimen común, entidades de economía solidaria, actividades y juegos de azar, y veedurías ciudadanas; Este proceso lo administra la cámara de comercio (representada por 57 cámaras dentro del país) y se realiza con el fin de unificar la información, adelantar a nivel nacional el proceso de matrícula o inscripción y reducir los tramites de los registros públicos (Cámara de Comercio de Bogotá , 2019a)

El formulario es totalmente gratuito y los detalles del proceso de solicitud se detallan en el anexo 18.

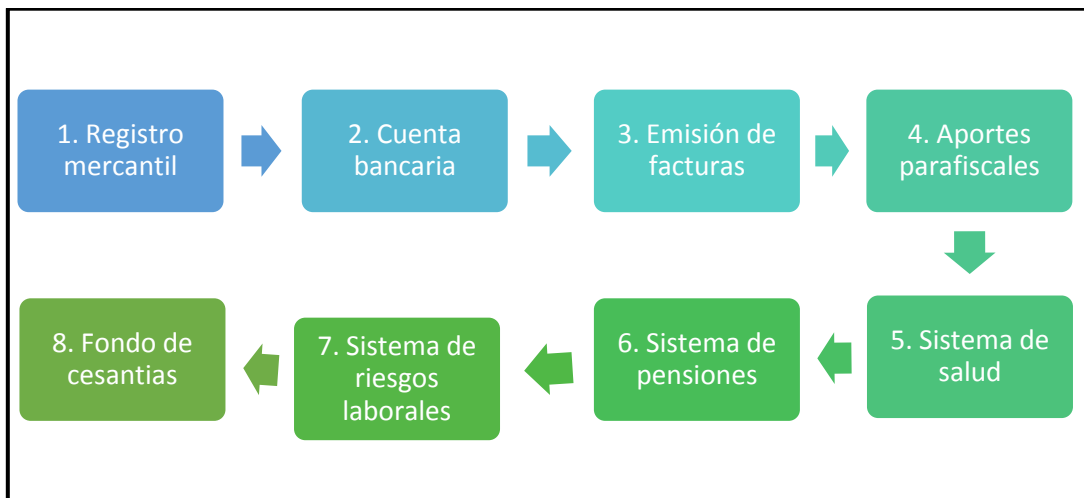
3.3.4.4. Tramites y Requisitos para la Creación de Empresas

Uno de los grandes obstáculos de los empresarios a la hora de crear empresa en Colombia, es la cantidad de trámites que debe realizar ante las entidades estatales para poder iniciar su idea de negocio; Sin embargo, el gobierno y la red de cámaras cada vez trabajan más en estos aspectos para lograr disminuir los obstáculos, como lo indico Julián Domínguez (presidente de Confecámaras) durante los últimos 15 años se logró disminuir en casi un 50% la cantidad de trámites y en un 80% los días de procedimiento (Portafolio, 2018a).

Adicionalmente, con el ascenso del presidente Iván Duque, su gobierno anuncia la idea de eliminar 50 trámites que hoy en día impiden la creación y sostenimiento de las empresas, reconociendo que el empresario se enfrenta a múltiples obstáculos al darle vida a la iniciativa de empresa (Portafolio, 2018a).

Es por eso, que los emprendedores deben aprovechar el trabajo que realiza el gobierno y conocer los tramites y procedimientos exigidos para poder iniciar su idea de negocio, teniendo en cuenta que actualmente son necesarios solo 8 procedimientos ante entidades estatales y 11 días hábiles para crear una empresa en Colombia (World Bank Group, 2019, p. 164).

Gráfica 14 - Procedimiento para crear empresa en Colombia



Fuente: Elaboración propia con base a la investigación.

3.3.4.4.1. Registro Mercantil

El registro mercantil es el proceso mediante el cual las personas (naturales o jurídicas) solicitan la emisión de la matrícula mercantil con el fin de certificar la existencia y constitución de las sociedades en Colombia. Esta matrícula se debe renovar anualmente (entre los meses de enero a marzo) presentando el formulario de renovación para obtener los beneficios que de ella se derivan y evitar sanciones legales (Cámara de Comercio de Bogotá, 2019c).

La entidad ante la cual se debe realizar el trámite es la Cámara de comercio y los documentos que se deben tener listos e impresos son:

- Original del documento de identidad
- Formulario RUT
- Formulario RUES
- Documento de constitución de la sociedad

La solicitud de constitución se puede realizar de dos formas:

- a) En forma presencial ante la cámara de comercio con jurisdicción en el lugar donde se va a tener el domicilio principal y presentando los documentos mencionados.
- b) En forma electrónica ingresando al enlace <https://sedevirtual.ccb.org.co/SedeElectronica/tramites/tramite.do?formAction=btShow&t=50078>. En caso de ser una SAS como el trabajo, se podrá ingresar directamente a un link exclusivo para este tipo de sociedad <https://www.ccb.org.co/Tramites-y-Consultas/Mas-informacion/Constitucion-Virtual-de-SAS>

Al ingresar a los enlaces se deben seguir las instrucciones que indica la página y tener los documentos mencionados en forma digital ya que el sistema la ira solicitando.

Una vez realizada la solicitud de constitución, se procede a liquidar el valor a cancelar por la inscripción, este pago se puede realizar por medio electrónico (PSE) o en una de las ventanillas de las cámaras de comercio del país. La liquidación puede variar de acuerdo con la ciudad donde se va a crear la empresa, el capital y los activos que se estiman.

Los costos que se van a referenciar en el trabajo son los del año 2019 para la ciudad de Bogotá (detalles de tarifas y renovaciones, ver anexo 19). Adicionalmente, la VÚE posee un simulador de pagos para estimar el valor de inscripción en el enlace <https://www.vue.gov.co/ConsultasPrevias/SimuladorPago.aspx>.

Para el trabajo, se realiza la simulación con un capital de sociedad de \$10'000.000 COL (USD 2.857) y activos de establecimiento por \$ 5'000.000 COL (USD 1.429). En Colombia no se establecen montos mínimos para crear una SAS.

Gráfica 15 - Simulación de costos para el registro mercantil

#	Conceptos	Valor Base	Liquidado
1	CONSTITUCION DE SOC. COMERCIAL E INST. FINANCIERA	10.000.000	43.000
2	IMPUESTO DE REGISTRO(CON CUANTIA)	10.000.000	49.000
3	IMPUESTO DE REGISTRO (CON CUANTIA) D.C	10.000.000	21.000
4	MATRICULA PERSONA NATURAL O JURIDICA	10.000.000	148.000
5	BENEFICIO MATRICULA DE LA LEY 1780 DE 2016	10.000.000	-148.000
6	MATRICULA ESTABLEC. COMERCIO-PPAL. JURIDIS. C.C.B.	5.000.000	93.000

Valor estimado aproximado, de acuerdo a datos ingresados.

Total Liquidación: **206.000***

Fuente: Elaboración propia, con base al VUE

De acuerdo con el simulador de la VUE, se puede determinar que en este procedimiento el costo de inscripción y constitución de la empresa en Bogotá es de aproximadamente \$ 206.000 COL (USD 58,86).

Finalmente, después de realizar el correspondiente pago, la Cámara de comercio es la encargada de notificar al emprendedor que el trámite culminó con éxito y este podrá solicitar el certificado las veces que sea necesario de forma presencial o virtual (a través del enlace <https://linea.ccb.org.co/CertificadosElectronicosR/Index.html#/inicio>). El costo de cada copia para el año 2019 es de \$5.800 COL (1,66 USD) independientemente la cantidad de hojas.

3.3.4.4.2. Cuenta Bancaria

El emprendedor se debe acercar al banco de su preferencia y abrir una cuenta a nombre de la empresa ya constituida. Para el trabajo, se decide dar apertura a una cuenta de ahorros individual en la cual quede registrada una única firma para el manejo de la cuenta en el **Banco de Colombia S.A (Bancolombia)**. Este se elige por recomendaciones y experiencias personales.

Los tramites de apertura de cuenta (ahorro y corriente) de esta entidad bancaria se realizan de forma presencial en una de las sucursales del banco dentro del país, presentando \$ 100.000 COL (USD28,57) y los siguientes documentos:

- Certificado de la cámara y comercio con fecha no superior a 60 días.
- NIT o RUT.

Adicionalmente, si la entidad lo solicita será necesario presentar:

- Certificado de Funcionamiento y Representación Legal expedido por la Superintendencia de Sociedades, sólo para las sociedades vigiladas por dicha entidad y con fecha no superior a sesenta (60) días.
- Carta de responsabilidad suscrita por el Representante Legal, cuando las firmas en los retiros vayan a ser estampadas por medios mecánicos.
- Carta o lista de los principales socios y/o accionistas con participación en el capital social superior al 5%, cuando esta información no conste en el Certificado de Existencia y Representación Legal (Quiroz, 2019)

Nota: La lista de todas las entidades bancarias autorizadas para operar en el país se encuentra en la página de la Superintendencia Financiera de Colombia en el enlace <https://www.superfinanciera.gov.co/inicio/lista-general-de-entidades-vigiladas-por-la-superintendencia-financiera-de-colombia-61694>. Y para conocer las sucursales de Bancolombia, se debe ingresar a la página del banco y seleccionar la ciudad en donde se desea generar la búsqueda <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/acerca-de/buscador-sucursales> .

3.3.4.4.3. Factura

En Colombia la facturación electrónica no es un tema nuevo ya que desde 1996 bajo la presidencia de Ernesto Samper y su decreto 1094 se abordaron temas referentes a este, sin embargo, lo que sí ha cambiado a la actualidad es su terminología y obligatoriedad en la implementación. De acuerdo con el código CIU del trabajo (4642) se tiene como fecha máxima de registro en el servicio informático el 01/10/2019 y fecha máxima para expedir facturas electrónicas de venta el 01/01/2020, es por ello, que el trabajo se debe de iniciar con la facturación electrónica (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, 2019c)

El emprendedor puede elegir realizar las facturas electrónicas por medio de un proveedor tecnológico o por medio del servicio web gratuito que dispone la DIAN para facilitar la expedición a micro y pequeñas empresas. El trabajo, inicialmente usara el servicio web gratuito con el fin de disminuir costos (detalles del trámite para emitir facturas electrónicas, ver anexo 20).

Sistema de Protección Social

Es el conjunto de políticas públicas orientadas a disminuir la vulnerabilidad y a mejorar la calidad de vida de los colombianos. El sistema de protección social está conformado por seis subsistemas ante los cuales se deben abonar obligatoria y mensualmente por medio de la planilla PILA, estos son AFP, EPS, ARP, SENA, ICBF y CCF (Decreto 780, 2016).

3.3.4.4.4. Aportes Parafiscales

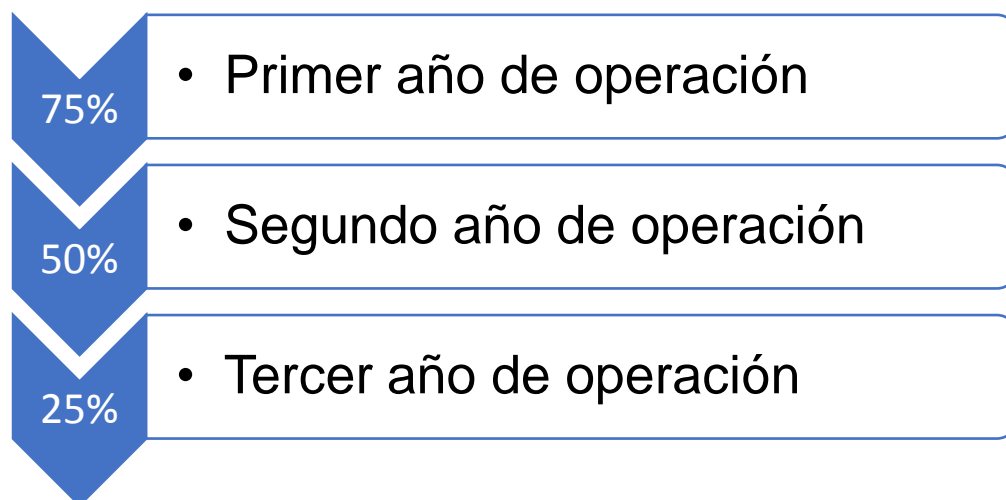
Es el aporte a cargo de los empleadores (empresarios) correspondiente al 9% sobre el valor pagado de la nómina. Este aporte lo conforman tres subsistemas, el ICBF (3%), el SENA (2%) y las CCF (4%). Para los dos primeros no es necesario una inscripción, sin embargo, para el tercer subsistema el empleador tiene el derecho a elegir ante cual caja de compensación familiar hacer la afiliación (Decreto 780, 2016).

Para el trabajo se elige por referencias personales la caja de compensación Colsubsidio, para esta, el proceso de inscripción se puede realizar de forma presencial o virtual.

Si el proceso se realiza de forma presencial ante una de las sedes de Colsubsidio, se debe diligenciar el formulario de afiliación y adjuntar una carta de solicitud, RUT, certificado de existencia, fotocopia de la cedula del representante legal, relación de trabajadores y salarios. Si el proceso se realiza virtualmente, se debe ingresar al enlace <https://transacciones.colsubsidio.com/portalempresas/preafiliaciones/#/solicitud/5>, completar los datos de contacto y empresa, diligenciar el formulario y adjuntar soportes en caso de ser solicitados, finalmente el sistema verificara los datos y confirmara la afiliación (Colsubsidio, s.f).

Nota: Las micro, pequeñas y medianas empresas recién creadas, serán objeto de las siguientes reducciones sobre sobre el valor pagado de la nómina:

Gráfica 16 – Reducciones en aportes parafiscales



Fuente: Elaboración con base a (Ley 590, 2000).

3.3.4.4.5. Sistema de Salud

Es el aporte del 12,5% sobre el salario devengado a cargo del empleador (8,5%) y empleado (4%), para que el segundo cuente con el servicio de salud (EPS). El empleado posee el derecho de elegir a su elección (sin presentar múltiples afiliaciones) la entidad prestadora del servicio y el empleador la obligación de realizar la afiliación, desafiliación y el respectivo descuento de nómina para realizar el pago correspondiente (Decreto 1703, 2002).

Los empleadores deben ingresar primero al sistema de afiliación transaccional para registrar y consultar la información básica y complementaria de la afiliación y sus novedades en el sistema general de seguridad social en salud (Decreto 2353, 2015, art. 11). Los pasos para registrarse en el SAT son:

- Ingresar a la página oficial y seleccionar registro ciudadano <https://miseseguridadsocial.gov.co/Index/Index>.
- Ingresar los datos básicos y seleccionar siguiente.
- Seleccionar las respuestas para validar la identificar y siguiente.
- Ingresar la información de contacto y seleccionar siguiente para que el sistema envíe el usuario y la contraseña creada.
- Ingresar con los datos registrados a la página del SAT y realizar el registro del representante legal en rol empleador persona jurídica.
- Afiliar dentro de la página a los empleados y sus beneficiarios.

Después de registrar la información, se debe completar el formulario de afiliación de forma presencial (en sede) o virtual (página web) de la EPS elegida por el empleado.

Nota: Las personas jurídicas contribuyentes del impuesto sobre la renta que tengan trabajadores que devenguen individualmente menos de 10 smmlv, están exoneradas de este pago, teniendo que cancelar solo el 4% a cargo del empleado (Decreto 624, 1989).

3.3.4.4.6. Sistema de Pensiones

Es el aporte del 16% sobre el salario devengado a cargo del empleador (12%) y empleado (4%) para que el segundo cuente con una garantía de amparo contra las contingencias derivadas de la vejez, invalidez y muerte. El empleado posee el derecho de elegir la AFP de su elección y el empleador la obligación de realizar la afiliación y los respectivos abonos.

Para efectos del trabajo se elige Colpensiones (entidad del estado) como entidad prestadora del servicio. Las afiliaciones se pueden realizar:

- Presencial: Se debe radicar en cualquier punto de atención y presentando el formulario de vinculación, fotocopia del documento de identificación y datos del empleador.
- Virtual: Se debe ingresar al portal de Colpensiones en el enlace https://www.colpensionestransaccional.gov.co/sede_electronica/afiliacion/, crear un usuario y contraseña y diligenciar en formulario de afiliación (se podrá consultar en estado de la solicitud en el módulo mis transacciones) (Colpensiones, s.f)

3.3.4.4.7. Sistema de Riesgos Laborales

Es el aporte que paga el empleador para prevenir, proteger y atender a los trabajadores de enfermedades y accidentes que puedan ocurrirles con ocasión o como consecuencia del trabajo que desarrollan. El monto puede variar del 0.348% al 8.7% del ingreso base del trabajador dependiendo la clase de riesgo (I a V) de la actividad económica sobre la cual se está cotizando (Ministerio de salud y protección social, 2019).

En Colombia, funcionan actualmente 10 administradoras de riesgos laborales, para el trabajo se elige **Positiva compañía de seguros**. La inscripción se puede realizar de forma presencial ante una de las sedes o de forma virtual seleccionando solicitud de afiliación empleadores en el enlace <https://www.positivaenlinea.gov.co/nuevo/>.

Si el proceso se realiza de forma presencial, se debe presentar fotocopia del RUT, fotocopia de documento de identidad del representante legal y el certificado de la cámara de comercio (Positiva compañía de seguros, 2019), si por el contrario se realiza de forma virtual, la pagina guiara y ayudara al empleador a realizar paso a paso el proceso de afiliación.

Finalmente, con la inscripción realizada se podrá ingresar al portal <https://www.positiva.gov.co/Paginas/login.aspx> y realizar las respectivas afiliaciones de empleados o actualizaciones de datos.

3.3.4.4.8. Fondo de Cesantías

Las cesantías son el aporte que debe consignar el empleador al trabajador en el fondo de cesantía que el empleado elija, este corresponderá a un mes de salario por cada año trabajado o proporcionalmente al tiempo de servicio (Ley 50, 1990, art. 98,99)

El empleador debe realizar una inscripción al portal transaccional de cada entidad elegida por los trabajadores para poder realizar la respectiva afiliación. Para efectos del trabajo se elige Colfondos y para realizar la inscripción ante esta entidad, se debe ingresar a <https://www.colfondos.com.co/dxp/web/quest/empresas/pensiones-obligatorias/hoja-de-vida-empresa>, completar los datos, aceptar las condiciones y seleccionar enviar.

Finalmente, ingresando a <https://www.colfondos.com.co/dxp/acceso-de-usuarios> con el usuario y contraseña creada, se podrán realizar afiliaciones, actualizaciones de datos, autoliquidaciones, certificados, entre otros servicios (los servicios pueden variar de acuerdo a la entidad seleccionada)

3.3.4.5. Costos de Creación

De acuerdo con los apartados desarrollados en este capítulo, se determina que el costo de crear una empresa en Colombia bajo el modelo de Sociedad por Acciones Simplificadas es de aproximadamente USD 2.951,69. Sin embargo, se debe tener en cuenta que el pago de los USD 2.857,14 del capital suscrito podrá hacerse en un plazo que no exceda los dos años (Ley 1258, 2008, art. 9).

Tabla 45 - Costos de creación de empresa

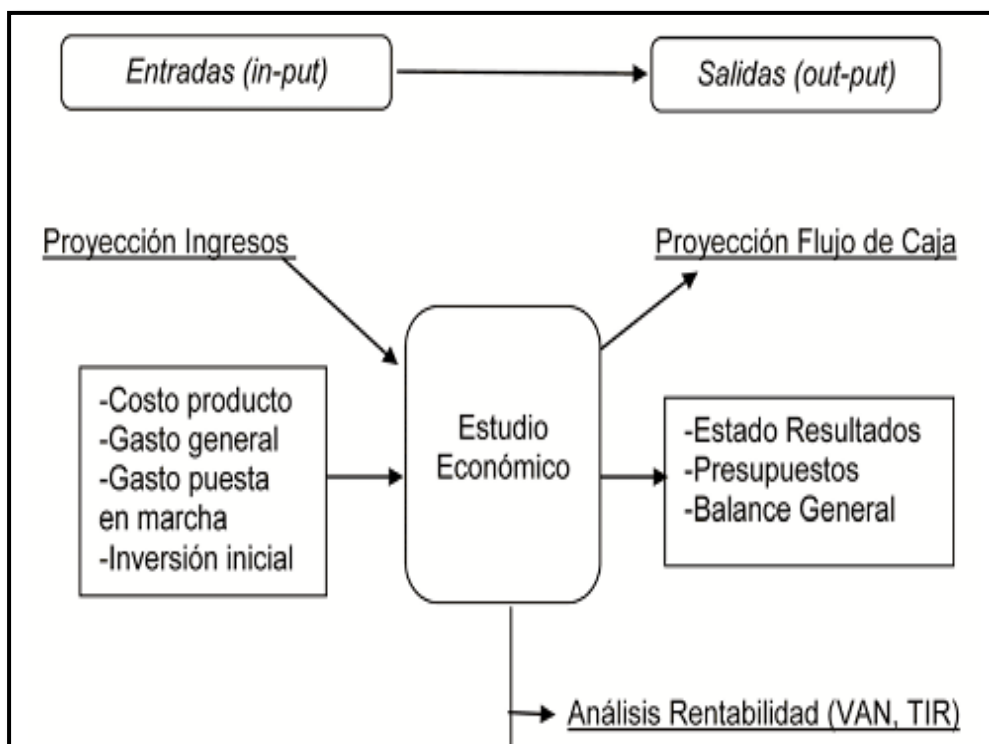
Concepto	Peso COL	Dólar Estadounidense	
		Unidad	Miles
Documento de constitución	\$ 3.000,00	0,86	0,00
RUT	\$ -	-	-
RUES	\$ -	-	-
Registro mercantil	\$ 206.000,00	58,86	0,06
capital suscrito	\$ 10.000.000,00	2.857,14	2,86
Cuenta bancaria	\$ 100.000,00	28,57	0,03
documentos	\$ 6.100,00	1,74	0,00
Emisión de facturas	\$ -	-	-
Aportes parafiscales	\$ -	-	-
copia rut	\$ 300,00	0,09	0,00
certificado de existencia	\$ 5.800,00	1,66	0,00
fotocopia C.C	\$ 600,00	0,17	0,00
relación salario (5 hojas)	\$ 1.500,00	0,43	0,00
Sistema de salud	\$ -	-	-
copias identificación	\$ 900,00	0,26	,00
Sistema de pensiones	\$ -	-	-
copia rut	\$ 300,00	0,09	,00
Certificado existencia	\$ 5.800,00	1,66	,00
fotocopia C.C	\$ 600,00	0,17	,00
Sistema de Riesgos	\$ -	-	-
Fondo de cesantías	\$ -	-	-
Totales	\$ 10.330.900,00	2.951,69	2,95

Fuente: Elaboración propia.

3.3.5. Estudio Económico

El estudio económico tiene por objeto realizar la evaluación económico-financiera del trabajo de negocios. Esta evaluación, consiste en efectuar el cálculo de rentabilidad del trabajo mediante la construcción del flujo de caja basado en las cifras obtenidas en los estudios de mercado, técnico y organizacional (Torres Dujisin, 2015, p. 133).

Gráfica 17 – Etapas estudio económico



Fuente: (Torres Dujisin, 2015)

3.3.5.1. Entradas (In-put)

Los valores presentados a continuación, se proyectan y expresan de forma anual con el fin de establecer las cifras del flujo de caja.

3.3.5.1.1. Proyecciones de Costos

En esta proyección, los costos de la importación DDP Engativá se expresan en dólares estadounidenses (USD). Los detalles de las proyecciones de unidades y costos por unidad se evidencian en el anexo 21.

Tabla 46 – Proyección de costos

Proyección de costos anuales						
Prenda		1 Trim.	2 Trim.	3 Trim.	4 Trim.	Anual
Blusa	LTY16-B0022	6,69	6,87	7,05	7,24	27,85
	LTY18-B0021	7,68	7,88	8,09	8,31	31,97
	LH16-B21	7,44	7,64	7,84	8,04	30,96
	LTY16-B0011	7,94	8,15	8,36	8,58	33,03
Suéter	LTYH03	10,81	11,10	11,39	11,69	44,99
	LTYH01	10,29	10,56	10,84	11,13	42,82
	WLB-2016H01	11,11	11,41	11,71	12,02	46,24
	LTYH124	7,66	7,86	8,07	8,28	31,86
T-Shirt	LTY16-T0027	5,99	6,15	6,31	6,47	24,91
	JP2015T156	9,54	9,79	10,05	10,31	39,69
	JP2015T68	6,47	6,64	6,81	6,99	26,90
	LTY16-T0028	7,07	7,26	7,45	7,65	29,43
Totales		98,69	101,30	103,97	106,71	410,66

Fuente: Elaboración propia. Los valores se expresan en miles de dólares estadounidenses.

Los costos se detallan tanto trimestral como anualmente. Trimestral, debido a que las importaciones desde China se prevén en dichos periodos y anualmente, para ejecutar el flujo de caja. El costo anual es de USD 410,66 (mil), es decir, USD 410.664.

3.3.5.1.2. Proyecciones de Gastos

En esta proyección, los gastos se detallan mensual y anualmente en dólares estadounidenses (USD). Mensual, debido a que la mayoría se generan y liquidan mes a mes y anualmente, para ejecutar el flujo de caja.

Tabla 47 – Proyección gastos

Concepto		Gasto mensual	Gastos anuales
Operacionales	Alquiler	,90	10,84
	Internet y telefonía	,05	,55
	Electricidad, agua, gas	,10	1,19
	Útiles oficina	,02	,19
	Tarjetas	,03	,41
	Mantenimiento pag. Web	,01	,15
	Bolsas ecológicas	,40	4,75
Admón.	Gerente	,34	4,11
	Vendedores	1,03	12,34
	Contador	,26	3,09
Totales		3,14	37,64

Fuente: Elaboración propia. Los valores se expresan en miles de dólares estadounidenses.

El gasto anual es de USD 37,64 (mil), es decir, USD 37.635.

3.3.5.1.3. Ingresos

La proyección de ingresos por venta se realiza multiplicando la cantidad de unidades por el precio de venta (P * Q) detallados en el anexo 22. Los valores se expresan en miles de dólares estadounidenses.

Tabla 48 – Proyección de ingresos

Proyección de ingresos por ventas						
Prenda		1 Trim.	2 Trim.	3 Trim.	4 Trim.	Anual
Blusa	LTY16-B0022	11,61	11,91	12,21	12,53	48,26
	LTY18-B0021	13,17	13,51	13,86	14,22	54,76
	LH16-B21	12,76	13,09	13,43	13,78	53,06
	LTY16-B0011	13,57	13,92	14,28	14,65	56,41
Suéter	LTYH03	17,81	18,27	18,75	19,23	74,06
	LTYH01	17,00	17,44	17,89	18,36	70,69
	WLB-2016H01	18,27	18,75	19,24	19,74	75,99
	LTYH124	12,93	13,26	13,60	13,96	53,74
T- Shirt	LTY16-T0027	10,52	10,79	11,06	11,35	43,71
	JP2015T156	16,05	16,46	16,89	17,33	66,72
	JP2015T68	11,25	11,54	11,84	12,15	46,79
	LTY16-T0028	12,23	12,54	12,87	13,20	50,84
Totales		167,16	171,48	175,92	180,47	695,03

Valores expresados en miles de dólares estadounidense.

Para el primer año de ejecución se proyectan ingresos por **USD 695,03 (mil)**

3.3.5.1.4. Inversión Inicial

Para poner en marcha el trabajo, la empresa requiere de un capital de trabajo inicial que permita cubrir las necesidades que este conlleva. Los recursos que se necesitan para iniciar este trabajo son (detalle, ver anexo 23):

Tabla 49 – Inversión inicial

Concepto	Valor
Legalización de la empresa	2,95
Locales (dos meses adelantados)	1,81
Creación página web	,65
Percheros pared x 36 (18 por local)	,03
Percheros movibles x 4 (2 por local)	,21
Perchas / Ganchos x 48 (24 por local)	,03
Maniquís x 6 (3 por local)	,04
Mostrador x 2 (1 por local)	,17
Computadores x 2	,60
Impresoras x 2	,15
Espejo x 3	,31
Sillas x 4	,03
Total	6,99

Valores expresados en miles de dólares estadounidenses

El valor de inversión inicial es de USD 6,99 (mil) + USD 116,03 (mil) correspondientes a los gastos de la primera importación, para un total de **USD 123,03 (mil)**.

3.3.5.2. Salidas (Out-put)

3.3.5.2.1. Estado de Resultados

El estado de resultados representa el valor final de la actividad ejercida durante un año, este valor puede evidenciar una pérdida o una utilidad en las ganancias. A continuación, se evidencia la proyección del estado de resultados de la empresa creada para el primer año de ejercicio.

Tabla 50 – Proyección Estado de resultados

Estado de resultados (1 año)	
Ingresos	695,03
(-) Costos	410,66
Utilidad bruta operacional	284,37
(-) Gastos de venta y administrativos	37,64
Utilidad operacional	246,73
(+) Ingresos no operacionales	0
(-) Gastos no operacionales	0
Utilidad antes de impuestos	246,73
(-) Impuesto de renta 33%	81,42
Utilidad del ejercicio	165,31

Fuente: Elaboración propia. Los valores se expresan en miles de dólares estadounidenses.

De acuerdo con el estado de resultados, se espera obtener para el primer año de ejercicio una utilidad de **USD 165,31 (mil)**.

3.3.5.2.2. Flujo de Caja

El flujo de caja se refiere a las salidas y entradas de dinero en un período determinado. Para la realización del flujo de caja del trabajo, se tienen en cuenta las siguientes condiciones:

- La actividad de la empresa es gravada por el impuesto a la renta (ganancias), cuya tasa efectiva es del 33% pagadero en el mismo año que se produce.
- Existe un stock de compra de indumentaria, equivalente a 3 meses.
- La tasa de corte de la empresa es del 15%.
- Los ingresos de indumentaria aumentan un 5% durante los primeros años y a partir del cuarto un 10% anual.
- Los costos de compra aumentan un 4% anual durante los primeros años y a partir del cuarto año un 8%. Para determinar los porcentajes se toma como base la inflación del IPC en China.
- Los gastos administrativos aumentan un 8% anual durante los primeros años y a partir del cuarto año un 10%. Para determinar los porcentajes se toma como base el aumento del salario mínimo legal vigente de Colombia en el último año.
- Los gastos operacionales aumentan un 5% anual durante los primeros años y a partir del cuarto año un 8%. Para determinar los porcentajes se toma como base el IPC en Colombia.

Adicionalmente, cada concepto del flujo de caja se refiere a:

- **Ingresos:** Valor de venta anual de la indumentaria femenina importada y comercializada en las dos localidades de Bogotá.
- **Costos de compra:** Se refiere al valor de la importación de indumentaria incluyendo todos los gastos que incurre el proceso hasta el local ubicado en Bogotá.
- **Gastos administrativos:** Se refiere al pago salarial de los empleados de la empresa creada.

- **Gastos operativos:** Se refiere a los gastos de alquiler, servicios públicos, internet, útiles de oficina, tarjetas y bolsas para la venta y mantenimiento de la página web.
- **Creación de empresa:** Se refiere a todos los gastos incurridos a la creación puesta en marcha de la empresa. Entre ellos, se encuentra el por un lado el registro mercantil, las copias de documentos, entre otros gastos que son pagados en el instante. Y por el otro, se encuentra el capital suscrito y pagado a dos años.
- **Alquiler adelantado:** Con el fin de mantener el funcionamiento de la empresa, se paga por adelantado dos meses de alquiler el cual es amortizado en la misma cantidad de tiempo.
- **Página Web, Equipo de computación y Muebles y enseres:** Estos ítems son amortizados a 5 años de acuerdo con el artículo 137 del estatuto tributario colombiano.
- **Capital de trabajo:** Se refiere al stock inicial de indumentaria correspondiente a tres meses.

Tabla 51 – Flujo de Caja

Concepto	-	1	2	3	4	5
Ingreso		695,03	729,78	766,27	42,90	927,19
Egresos						
Costos de compra DDP		(410,66)	(427,09)	(444,17)	(479,70)	(518,08)
Gastos administrativos		(19,54)	(21,10)	(22,79)	(25,07)	(27,58)
Gastos operacionales		(18,09)	(18,99)	(19,94)	(21,54)	(23,26)
Gastos de creación	(0,09)					
Amortización						
Capital suscrito y pagado		(1,43)	(1,43)			
Alquiler adelantado		(0,91)	(0,91)			
Depreciación						
Página web 5 años		(0,13)	(0,13)	(0,13)	(0,13)	(0,13)
Muebles y enseres		(0,17)	(0,17)	(0,17)	(0,17)	(0,17)
Equipo de computación		(0,15)	(0,15)	(0,15)	(0,15)	(0,15)
Base Imponible	(0,09)	243,95	259,81	278,92	316,14	357,82
Impuesto de renta 33%	0,03	(80,50)	(85,74)	(92,04)	(104,33)	(118,08)
Amortización		2,34	2,34			
Depreciación		0,45	0,45	0,45	0,45	0,45
Inversión página web	(0,65)					

Inversión muebles y enseres	(0,83)					
Inversión equipo de computación	(0,75)					
Inversión capital suscrito y pagado	(2,86)					
Inversión alquiler adelantado	(1,81)					
Inversión capital de trabajo	(102,67)	(4,11)	-	-	-	106,77
Flujo de Caja	(109,63)	162,13	176,86	187,32	212,26	346,96

Fuente: Elaboración propia. Valores expresados en miles de dólares estadounidenses.

3.3.5.2.3. Análisis de Rentabilidad

El análisis de rentabilidad de un proyecto de negocios por lo general se realiza aplicando los indicadores de Tasa interna de retorno y Valor actual neto. Es por ello, que a continuación se aplican al trabajo y analizan estos dos indicadores.

TIR

La TIR es la máxima tasa de interés que se puede pagar por el capital empleado en la inversión sin que el proyecto genere pérdidas ni ganancias al final de un período (Torres Dujisin, 2015, p. 159).

La Tasa interna de retorno del trabajo después de 5 años es de **155,94%**. Esto significa que, esta tasa de interés es la que resiste el trabajo sin que se generen pérdidas ni ganancias (un nivel por sobre el porcentaje producirá pérdidas y por el contrario un nivel por debajo de esa tasa aumenta la rentabilidad del trabajo).

VAN

El valor actual neto, es la cifra absoluta que permite evaluar el comportamiento de los flujos futuros proyectados a determinada tasa de interés de costo de capital. Cuando el resultado es positivo significa que el proyecto genera utilidad y cuando es negativo significa que genera pérdidas (Torres Dujisin, 2015, p. 165).

El trabajo analizado arroja un valor actual neto de **\$ 434,84** (mil dólares estadounidenses). Es decir, aplicando una tasa de interés del 24,60%, el trabajo luego de recuperar la inversión inicial y cubrir todas los costos y gastos proyectados en el flujo de caja, arroja una ganancia monetaria de **\$ 434,84** (mil dólares estadounidenses) al final de los cinco años considerados, convirtiendo al trabajo en viable y económicamente rentable (detalles del tipo de interés, ver anexo 24).

3.3.5.3. Fuentes de Financiación

En Colombia, existen diferentes entidades que apoyan el financiamiento de proyectos. Algunas de estas entidades ubicadas en Bogotá son:

Tabla 52 – Fuentes de financiación

Entidad	Objetivo
Bancoldex	Satisfacer las necesidades de financiación tanto en el mercado nacional como dedicados al comercio internacional de todos los sectores económicos https://www.bancoldex.com/ .
Bancolombia/ Agrofácil	Impulsar el proceso de la producción agropecuaria, acuícola o de pesca, así como su transformación y comercialización https://www.grupobancolombia.com/ .
Finagro	Ofrecer productos y servicios financieros apropiados a las cadenas productivas del sector agropecuario y rural colombiano para su fortalecimiento y competitividad https://www.finagro.com.co/ .
Fondo emprender	Financiar iniciativas empresariales creadas por aprendices o asociaciones entre aprendices, practicantes universitarios o profesionales http://www.fondoemprender.com/ .
Findeter	Suplir necesidades de financiación en temas de infraestructura de sectores, tales como: educación, salud, turismo, transporte, acueducto, alcantarillado y saneamiento fiscal https://www.findeter.gov.co/ .
Innpulsa	Promover el emprendimiento, la innovación y la productividad como ejes para el desarrollo empresarial y la competitividad de Colombia https://www.innpulsacolombia.com/ .

Fuente: Elaboración propia

De las anteriores entidades, las que se alinean y sirven para el financiamiento del trabajo de importación son:

3.3.5.3.1. Bancóldex

Es un banco de desarrollo que promueve el crecimiento empresarial y el comercio exterior de Colombia, y cuentan con diferentes soluciones financieras (líneas de crédito) y no financieras (consultarías e información), promueven el desarrollo principalmente de las micro, pequeñas y medianas empresas y los créditos se ofrecen en moneda nacional (pesos colombianos) (Bancoldex, 2019).

Los medios de contacto con esta entidad son:

- **Oficina principal:** Bogotá: Calle 28 No. 13 A 15, piso 38 al 42 C.P.110311
- **Telefónico:** Línea gratuita nacional: 01800018 0710 y Multicontacto Bogotá (57-1) 7 42 0281.
- **Correo:** contactenos@bancoldex.com
- **Chat:**
<http://gchatbta.americasbps.com:8080/WebAPI812/Bancoldex/Chat/Chat.jsp>

3.3.5.3.2. Fondo Emprender

El Fondo Emprender es un fondo de capital semilla creado por el Gobierno Nacional cuyo objetivo es apoyar proyectos productivos que integren los conocimientos adquiridos por los emprendedores en sus procesos de formación con el desarrollo de nuevas empresas (Fondo Emprender, 2019).

Cuando se tiene el plan de negocios terminado, este se presenta ante en SENA para la evaluación del plan, la asignación los recursos y legalización del contrato. Posteriormente, se ejecuta el plan, se realiza el seguimiento y acompañamiento y se toma la decisión de reembolso de los recursos.

Esta entidad posee varias sedes en la ciudad de Bogotá ante las cuales se puede solicitar información. Las sedes que van de la mano con el trabajo son:

Tabla 53 – Sedes Fondo Emprender

Sede	Líder	Correo	Dirección	Teléfono
Centro de Desarrollo Empresarial	Manuel Fernando Díaz Aldana	mdiaza@sena.edu.co	Calle 65 Número 11 – 70 Piso 1	5461600 IP: 14487
Centro De Servicios Financieros	Michael Leonardo Bohórquez Guzmán	mbohorquezg@sena.edu.co	Carrera 13 Numero 65 -10 – Piso 2	5461600 IP 14026
Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías	Carolina Romero Figueroa	cromerof@sena.edu.co	Calle 54 Número 10 - 39 Piso 8	5461600 IP: 16843
Centro de Manufactura en Textil y Cuero	Yesid Alejandro Altura Gaitán	ygaitan@sena.edu.co	Avenida 30 Número 17 B -25 Sur	5461600 IP 15019

Fuente: Elaboración propia con información de (Fondo Emprender, 2019).

3.3.5.3.3. Innpulsa

Unidad de gestión de crecimiento empresarial del gobierno nacional, creada en febrero de 2012 para promover el emprendimiento, la innovación y la productividad Colombia. La forma de adquirir este financiamiento es por medio de convocatorias que se publican en la página de la entidad y se realiza la inscripción por el mismo medio (Innpulsa, 2019).

Los datos de contacto de esta entidad son:

- Oficina: Calle 28 No. 13 A 15 Piso 37, Bogotá.
- Teléfono: 57)(1) 743 79 39
- Correo: info@innpulsacolombia.com

Actualmente (diciembre, 2019), se encuentra abierta la convocatoria de Capital Semilla en el marco del programa ALDEA CCS-17, la cual se alinea al objetivo del trabajo.

Capítulo 4. Análisis y Resultados

El análisis y desarrollo del concepto del plan de negocios de Torres Dujisin (2015) basado en dos análisis de entorno y cuatro diferentes estudios, brinda al trabajo la oportunidad de realizar un modelo de negocios para el sector de las Pymes, descubriendo la existencia de viabilidad para la puesta en marcha de la empresa Indumentaria JK3 SAS, dedicada a la importación y comercialización de indumentaria femenina.

En el **análisis de entorno macroeconómico**, se establece la existencia de una gran oportunidad para ingresar al mercado colombiano con grandes probabilidades de éxito. Los principales aspectos en este análisis fueron:

- Evidenciar que en Colombia las importaciones de prendas y complementos de vestir son un sector en constante crecimiento.
- Identificar las influencias que pueden ocasionar los países involucrados sobre el mercado meta y la actividad estratégica estudiada.

En el **análisis de entorno microambiente**, se evidencia que el gasto de los hogares colombianos presenta variaciones positivas tanto a nivel nacional como en el sector moda. El principal aspecto que se logra es este análisis es seleccionar a **Bogotá** como la capital para establecer la empresa.

En el **estudio de mercado**, inicialmente se recolecta toda la información necesaria sobre el mercado local y luego, se desarrolla el análisis FODA. En el primero, se evidencian los siguientes aspectos:

- **Producto:** Sin estaciones que limiten el consumo a un tipo de prenda determinada, se establecen las 6 posiciones arancelarias que se importaran en el primer proceso.
- **Demanda:** Describiendo las características de la mujer Bogotana, se proyecta como mercado meta a **10,4 mil mujeres bogotanas**, ubicadas

en las localidades de Engativá y Teusaquillo y cuyo rango de edad se encuentra entre los 20 y 49 años.

- **Oferta:** Aunque la competencia de cada localidad es fuerte, se seleccionan los principales competidores y se determina que el éxito o fracaso del trabajo influye en gran medida en las estrategias comerciales que se implementen para su desarrollo.
- **Proveedores:** Se analizan los diferentes proveedores de indumentaria y se selecciona a **Guang Zhou Juepell Fashion Company** como primer proveedor.
- **Distribución:** De acuerdo con los diferentes tipos de canales de distribución, se selecciona el canal dos (detallista) como medio para comercializar los productos importados.
- **Precio:** Después de establecer los precios por unidad, se comparan con los de la competencia y se evidencia la viabilidad de éxito ya que los productos ingresarán al mercado a valores competitivos.

Y en el segundo, se establecen las fortalezas y oportunidades que tiene el trabajo frente a las debilidades y amenazas. Además, se establecen las diferentes estrategias para lograr el objetivo de ingresar al mercado meta y lograr las proyecciones de demanda de producto.

En el **estudio técnico**, se establece todo el proceso operativo para llevar a cabo la importación de indumentaria femenina a Colombia. En la **fase inicial**, se describe la mercancía, se establece FOB como término de negociación, Transferencia telegráfica como medio de pago y Dietrich Logistics Colombia como transportadora y agente aduanero. En la **fase de proceso**, se determina importación ordinaria como modalidad de importación, se describe el proceso aduanero al que incurre la mercancía, se enuncian los documentos e impuestos requeridos y finalmente se establece el costo de importación total por USD 116,04 (mil). Finalmente, en la **fase final**, se establecen los costos, gastos y precio de venta por unidad.

En el **estudio organizacional**, se brindan las bases para iniciar el proceso de crear una empresa en Colombia bajo la modalidad de sociedad. Se establece Sociedad por Acciones Simplificada como tipo de sociedad, pequeña empresa como tamaño empresarial, G4642 como código CIIU, Indumentaria JK3 SAS como nombre de la empresa y USD 2,95 (mil) como costo de creación. Además, se brinda una guía de tramites, requisitos y procesos para la creación y puesta en marcha de la empresa.

Finalmente, en el **estudio económico**, se realiza una evaluación económica-financiera del trabajo, por un lado, estableciendo las proyecciones de costos, gastos, ingresos, estado de resultados y flujo de caja, y por el otro, determinando la TIR (155,94%) y la VAN (USD\$ 434,84 mil) del trabajo. Adicionalmente, se nombran las diferentes formas de financiación en Colombia y se elige a Bancóldex como principal fuente de este.

Capítulo 5. Conclusiones

Este trabajo de investigación se desarrolla bajo el enfoque descriptivo del concepto del plan de negocios de Torres Dujisin, logrando cumplir con el objetivo general de crear un plan de negocios para la creación de una empresa importadora y comercializadora de indumentaria femenina en Colombia.

A lo largo del trabajo se consigue elegir a China como el país de origen de la mercancía a comercializar, identificar la situación actual del mismo determinando con base a los aspectos del análisis PESTEL que el país asiático es estable y óptimo para realizar negocios comerciales y posteriormente seleccionar a Guang Zhou Juepell Fashion Company como la primera empresa proveedora de indumentaria.

Adicionalmente, se describe la situación actual* de Colombia, y se concluye que el país latino se encuentra en condiciones óptimas para realizar negocios internacionales. Algunos aspectos para resaltar son:

- Políticamente, presenta descuentos para emprendedores y facilitación al comercio internacional.
- Económicamente, presenta aumentos tanto salariales como en la cantidad de importaciones de prendas de vestir.
- Socialmente, presenta bajas tasas de desempleo, incremento en el porcentaje de gasto en moda y aumento en las compras de indumentaria por internet.
- Tecnológicamente, presenta aspectos positivos en la puesta en marcha de plataformas que ayudan la facilitación del comercio internacional (VUCE 2.0) y nacional (Facturación web)
- Legalmente, presenta aspectos positivos como la amplia cantidad de entidades y normativas que apoyan y regulan tanto el proceso de creación de empresas como la internacionalización y comercialización.

* entiéndase actual la fecha establecida dentro del trabajo.

De acuerdo con los diferentes tipos y tamaños de sociedad en el país, se concluye que la mejor forma de constitución para el trabajo es una pequeña empresa, bajo la modalidad SAS. Adicionalmente, que los requisitos y tramites que se deben tener en cuenta son: seleccionar el nombre de la empresa, establecer el documento de constitución, solicitar el RUT y el RUES, tramitar el registro mercantil, la cuenta bancaria, la factura digital, los aportes parafiscales y los sistemas de salud, pensión, riesgos laborales y fondo de cesantías.

Para el proceso de importación de indumentaria en Colombia se concluye que los documentos solicitados son: registro o licencia de importación, factura comercial, documento de transporte, lista de empaque, mandato, y declaración andina del valor. Adicionalmente, los impuestos para la indumentaria importada son: 10% de gravamen arancelario, 19% de IVA y un impuesto específico de USD 3 por kilo bruto.

A nivel económico/ financiero, el trabajo arroja una TIR de 155,94% indicando que después de cinco años esta tasa de interés es la que resiste el trabajo sin que se generen pérdidas ni ganancia. Adicionalmente, arroja un VAN \$ 434,84 (mil dólares estadounidenses) indicando que después de cubrir todos los costos y gastos proyectados en el flujo de caja, se obtiene una ganancia.

Finalmente, con base a todo lo anterior, se concluye que la puesta en marcha de este trabajo es viable y económicamente rentable. Además, se recomienda, primero actualizar constantemente la información del trabajo para mantener los datos al día y segundo, tener en cuenta las diferentes estrategias comerciales establecidas en el estudio de mercado para llevar a cabo una comercialización eficiente de la indumentaria importada .

Capítulo 6. Bibliografía

- Adidas. (s.f). *Adidas Colombia*. Obtenido de www.adidas.co
- ALADI. (s.f). *Glosario - asociación latinoamericana de Integración*. Recuperado el 2019, de <http://www2.aladi.org/nsfaladi/vbasico.nsf/valfawebR/a>
- Alcaldía mayor de Bogotá. (2017). *Monografías de localidades*. Bogotá. Obtenido de https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2897/6240_perfil_economico_teusaquillo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- América Retail. (2019). *Colombia: Esto gasta un colombiano para celebrar San Valentín*. Obtenido de <https://www.america-retail.com/colombia/colombia-esto-gasta-un-colombiano-para-celebrar-san-valentin/>
- Bancoldex. (2019). Obtenido de <https://www.bancoldex.com/>
- Bancolombia. (2019). *Tarifario transacciones internacionales*. Obtenido de <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/personas/tarifario##resultados>
- Bancolombia. (s.f). *Crédito Bancoldex*. Obtenido de <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/personas/productos-servicios/creditos/cartera-comercial/bancoldex>
- BBVA. (2019). *Perfilamiento del consumidor colombiano*. Obtenido de <https://www.bbvaresearch.com/wp-content/uploads/2019/04/SituacionConsumo.pdf>
- Bcapital. (s.f). *Bcapital*. Obtenido de <http://bcapital.com.co/>
- Bertero, M. (2016). Permoda vuelve a sus orígenes y prepara el relanzamiento de Armi, Pronto y Bkul. *Moda es Latinoamérica*. Obtenido de <https://www.modaes.com/empresa/permoda-vuelve-a-sus-origenes-y-prepara-el-relanzamiento-de-armi-pronto-y-bkul.html>
- Cajal, A. (s.f). *Lifeder*. Obtenido de [¿Por Qué Colombia No Tiene Las 4 Estaciones?: https://www.lifeder.com/colombia-no-tiene-estaciones/](https://www.lifeder.com/colombia-no-tiene-estaciones/)
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2019). *¿Qué diferencia hay entre acta y un documento privado?* Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Registros-Publicos/Matricula-mercantil/Servicio-de-asistencia-virtual-actas-y-documentos>

- Cámara de Comercio de Bogotá . (2019a). *Registro Único Empresarial y Social (RUES)*. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Matricula-Mercantil/Registro-Unico-Empresarial-y-Social-RUES>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2019b). *Servicios Empresariales CCB*. Obtenido de <http://serviempresariales.ccb.org.co>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2019c). *Matrícula mercantil*. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Registros-Publicos/Matricula-mercantil>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f). *Mapa Interactivo*. Obtenido de <http://recursos.ccb.org.co/ccb/pot/PC/files/3distribucion.html>
- Cámara de comercio de Bogotá. (s.f (a)). *Codigo CIU*. Recuperado el 2019, de http://recursos.ccb.org.co/ccb/instructivos/acerca_CIU/01.html
- CESCE. (2018). *Informe Sectorial CESCE 2018 Textil*. Madrid. Obtenido de https://issuu.com/cesce.es/docs/08_-_textil
- China Brands. (2018). Lista de los 22 mejores mercados mayoristas en China que debe visitar. Obtenido de <https://www.chinabrands.com/dropshipping/article-china-wholesale-markets-15472.html>
- China National Textile and Apparel Council. (2018). *CSC9000T Corporate Sustainability Compact for*. Obtenido de <http://www.csc9000.org.cn/d/file/download/CSC9000T/2018-08-06/00e9c89c0599db644495590ff18c9ffe.pdf>
- China Quality Certification Centre. (s.f). Obtenido de Certificado ISO 14001: <https://www.cqc.com.cn/www/chinese/txrz/hjgltxrz/rzjj/>
- China Textile News. (12 de 08 de 2019). *Info.texnet*. Obtenido de Información textil: <http://info.texnet.com.cn/detail-763196.html>
- China. China Chamber of Commerce for Import and Export of Textile and Apparel. (s.f). *CCCT Profile*. Obtenido de <http://www.ccct.org.cn/pub/S/4249/136305.shtml>
- China. General Administration of Customs China. (2019). *General Administration of Customs*. Obtenido de Valor total importación y exportación en diciembre de 2018: <http://www.customs.gov.cn/customs/302249/302274/302277/302276/2278999/index.html>

- China. General Administration of Customs China. (2019a). *General Administration of Customs*. Obtenido de Aduanas: <http://www.customs.gov.cn/customs/xwfb34/302425/2559372/index.html>
- China. Ministry of Commerce of the People's Republic of China. (2010). *Funciones de departamentos*. Obtenido de <http://spanish.mofcom.gov.cn/column/departamentos2011.shtml>
- China. Ministry of Ecology and Environment of the People's Republic of China. (2018). *Historia institucional*. Obtenido de mee.gov.cn/zjhb/jgls/lsg/
- China. Ministry of Ecology and Environment of the People's Republic of China. (2018a). *Water Ten*. Obtenido de http://www.mee.gov.cn/gzfw_13107/kpzs/201807/t20180713_446630.shtml
- China. Ministry of Ecology and Environment of the People's Republic of China. (s.f). *Resources*. Obtenido de <http://english.mee.gov.cn/Resources/>
- China. Ministry of Science and Technology of the People's Republic of China. (2018). Obtenido de http://www.most.gov.cn/dfkj/sd/zxdt/201811/t20181105_142586.htm & http://www.most.gov.cn/kjbgz/201809/t20180925_141881.htm
- China. Ministry of Science and Technology of the People's Republic of China. (2019). *La reunión de inspección de mitad de período del plan nacional clave de investigación y desarrollo*. Obtenido de http://www.most.gov.cn/kjbgz/201907/t20190729_147986.htm
- Circular 037. (2018). *Obligatoriedad del nuevo servicio del modulo de importaciones VUCE 2.0*. Bogotá. Obtenido de <http://www.mincit.gov.co/getattachment/189ef66c-3faf-4160-bc82-54ea901be586/Circular-037-quot-Obligatoriedad-del-nuevo-servici.aspx>
- Codigo de comercio de Colombia. (1971). *Decreto 410*. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/content/download/5915/86066/file/Codigo>
- Colombia. Banco de la República de Colombia. (2019). *¿Qué es la tasa de cambio?* Obtenido de <http://www.banrep.gov.co/es/contenidos/page/qu-tasa-cambio>
- Colombia. Banco de la República de Colombia. (s.f). *Política Monetaria*. Obtenido de La estrategia de inflación objetivo en Colombia: <http://www.banrep.gov.co/es/politica-monetaria>

Colombia. Colpensiones. (s.f). *¿Cómo me puedo afiliar a Colpensiones?* Recuperado el 2019, de https://www.colpensiones.gov.co/pensiones/Publicaciones/afiliados_colpensiones/como_me_puedo_afiliar_a_colpensiones

Colombia. Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. (2019). *DIAN*. Obtenido de Consulta de arancel: <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefMenuConsultas.faces>

Colombia. Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales . (2019a). *Valoración de la mercancía*. Bogotá. Obtenido de https://www.dian.gov.co/aduanas/aspectecmercancias/valoracion_de_mercancias/Preguntas_frecuentes/Paginas/default.aspx

Colombia. Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. (2019b). *Presentación RUT*. Recuperado el 2019, de <https://www.dian.gov.co/impuestos/personas/Paginas/presentacion.aspx>

Colombia. Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. (2019c). *Resolución número 000020*. Obtenido de <https://www.dian.gov.co/normatividad/Normatividad/Resoluci%C3%B3n%2000020%20de%2026-03-2019.pdf>

Colombia. Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. (s.f). *Factura electronica*. Obtenido de https://www.dian.gov.co/fizcalizacioncontrol/herramientaconsulta/FacturaElectronica/Documents/FE_2018.pdf

Colombia. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s.f.). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. Obtenido de www.mincit.gov.co

Colombia. Ministerio de educación . (2018). *Información poblacional* . Obtenido de <http://hecaa.mineducacion.gov.co/consultaspublicas/content/poblacional/index.jsf>

Colombia. Ministerio de salud y protección social. (2019). *aseguramiento en riesgos laborales*. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VP/DOA/RL/Aseguramiento%20en%20riesgos%20laborales.pdf>

Colombia. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2016). *400.000 MiPymes colombianas se potencializan con Facebook*. Obtenido de

<https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-Prensa/Noticias/15838:400-000-MiPymes-colombianas-se-potencializan-con-Facebook>

Colombia. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2018). *MyPymeDigital*. Obtenido de <https://mintic.gov.co/portal/inicio/Iniciativas/Otras-iniciativas/MyPymeDigital/>

Colombia. Procolombia . (s.f). *Perfiles por país*. Obtenido de <http://www.procolombia.co/en/oportunidades/estudios/perfiles-pais>

Colombia. Superintendencia de Sociedades. (2019). *Portal de Información Empresarial*. Obtenido de http://pie.supersociedades.gov.co/Pages/default.aspx#

Colombia. Ventanilla Única Empresarial. (2019). Obtenido de <https://www.vue.gov.co/#continuar>

Colombia. VUE. (2019). *Ventanilla Unica Empresarial*. Obtenido de <https://www.vue.gov.co/ConsultasPrevias/Homonimia.aspx>

Colsubsidio. (s.f). *Afiliaciones personas jurídicas*. Recuperado el 2019, de <https://www.colsubsidio.com/empresas/afiliaciones-y-aportes/4985/persona-juridica-empresas-nuevas.html>

Confecámaras. (2017). *Informe de dinámica empresarial en Colombia*. Obtenido de <https://incp.org.co/Site/publicaciones/info/archivos/Informe-de-Dinamica-Empresarial-2017-17012018.pdf>

Confecámaras . (2018). *Informe de dinamica empresarial en Colombia*. Obtenido de http://www.confecamaras.org.co/phocadownload/2018/Cuadernos_An%C3%A1lisis_Econ%C3%B3mico/Din%C3%A1mica_Empresarial/Din%C3%A1micaEmpresarial.pdf

Confecámaras. (2019). *Dinamica de creación de empresas en Colombia*. Obtenido de http://www.confecamaras.org.co/phocadownload/2019/Cuadernos_Analisis_Economicos/Din%C3%A1mica%20de%20Creaci%C3%B3n%20de%20Empresas%20I%20Trim%202019.pdf

Constitución Política de Colombia. (1991). Bogotá.

Cornell University, INSEAD & WIPO. (2019). *Global Innovation Index 2019*. Obtenido de https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2019.pdf

Datosmacro. (2019). *Rating: Calificación de la deuda de los países*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/ratings>

- Decreto 1165. (2019). *Régimen de aduanas colombiano*. Bogotá. Obtenido de https://www.analdex.org/wp-content/uploads/2019/07/DECRETO-1165-DEL-2-DE-JULIO-DE-2019_compressed-1-comprimido.pdf
- Decreto 1419. (2019). Bogotá. Obtenido de https://arancel-legis-com-co.unipanamericana.basesdedatosprox.com/FrmNorma.aspx?NormaMarca dor=16279&NormaFisica=16908&X=1#ARTI_2
- Decreto 1703. (2002). Bogotá: Diario Oficial N° 44893. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Decre to-1703-de-2002.pdf>
- Decreto 2269. (2017). Diario Oficial N° 50462. Obtenido de http://es.presidencia.gov.co/Documents/171230_SalarioMinimo2018.pdf
- Decreto 2353. (2015). Bogotá: Diario Oficial 49715. Obtenido de https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Decreto%202353%20de%202015.pdf
- Decreto 2451. (2019). Bogotá. Obtenido de <http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%202451%20DEL%2027%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202018.pdf>
- Decreto 3570. (2011). Bogotá. Obtenido de http://www.minambiente.gov.co/images/Ministerio/Misi%C3%B3n_y_Vision/dec _3570_270911.pdf
- Decreto 410. (1971). Diario Oficial N° 33339 . Obtenido de <https://www.ccb.org.co/content/download/5915/86066/file/Codigo>
- Decreto 624. (1989). *Estatuto tributario*. Bogotá: Diario Oficial 38756. Obtenido de https://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/tramites_servicios/pasaportes/a rchivos/decreto_624_1989.pdf
- Decreto 780. (2016). Ministerio de salud y protección social. Obtenido de https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Decreto%200780%20de%202016.pdf
- Decreto 925. (2013). *Disposiciones de las solicitudes de registro y licencia de importación*. Bogotá. Obtenido de <http://www.suin-juriscal.gov.co/viewDocument.asp?id=1191327>

Decreto 957. (2019). Bogotá. Obtenido de <http://www.mincit.gov.co/getattachment/555adb9d-8a48-45f3-a2a5-1ee9b35b2d09/Decreto-957-Por-el-cual-se-adiciona-el-capitulo-13.aspx>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2018). *Censo nacional de población*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018/cuantos-somos>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2018a). *Boletín técnico - Educación formal*. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/educacion/bol_EDUC_18.pdf

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2019). *DANE - IPC*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ipc-historico#base-2018>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2019a). *Boletín Técnico - Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH)*. Bogotá. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_jul_19.pdf

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2019b). *Geoportal*. Obtenido de <https://geoportal.dane.gov.co>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (s.f). *Geoportal*. Obtenido de <https://geoportal.dane.gov.co/cnpv2018/?lt=4.282117777802231&lg=-74.22256748399997&z=9>

Dinero. (2018). *Dinero*. Obtenido de Así consumieron los colombianos vestuario en enero: <https://www.dinero.com/edicion-impres/negocios/articulo/consumo-de-vestuario-en-enero-2018/257197>

Ediciones Diaz de Santos. (1995). *Guías de gestión de la pequeña empresa*. Madrid: MAPCAL S.A. Obtenido de <https://books.google.com.ar/books?id=4LBT2Y2ktQEC&pg=PA37&dq=FODA&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwimpo3t7ZjfAhUFjJAKHYJ7BXQQ6AEILDAB#v=onepage&q=FODA&f=false>

- El Espectador, redacción económica. (2017). Estudio revela los obstáculos que enfrentan los emprendedores en Colombia. *El Espectador*, 1. Recuperado el 2018, de <https://www.elespectador.com/economia/estudio-revela-los-obstaculos-que-enfrentan-los-emprendedores-en-colombia-articulo-722001>
- ELA. (s.f). *ELA* . Obtenido de <https://www.ela.com.co/nuestra-marca>
- Embajada Colombiana en China. (2019). *Embajada Colombiana en China*. Obtenido de Asuntos Políticos: https://china.embajada.gov.co/colombia/asuntos_politicos
- Facultad de economía UNAM. (s.f). Obtenido de <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>
- Fondo Emprender. (2019). Obtenido de <http://www.fondoemprender.com/SitePages/Que%20es%20FondoEmprender.aspx>
- Fondo Monetario Internacional. (23 de 07 de 2019). *Informe de perspectivas de la economía mundial*. Obtenido de <https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2019/07/18/WEOupdateJuly2019>
- Fuentes Flores, N. A., Diaz Bautista, A., & Martínez Pellégrini , S. (2003). *Crecimiento con convergencia o divergencia en las regiones de México*. México D.F. Obtenido de https://books.google.com.ar/books?id=OuMdt_wZx38C&pg=PA174&dq=modelo+de+gravedad+comercio+internacional+e&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiZ_d_63cHjAhXLrkGHRW6AQcQ6AEIKDAA#v=onepage&q=modelo%20de%20gravedad%20comercio%20internacional%20e&f=false
- García, G. (2012). *Estrategias de internacionalización de la empresa*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- GeoDatos. (s.f). *Distancia entre países*. Obtenido de <https://www.geodatos.net/distancias/paises>
- Gómez, G. (2018). *Asociación Nacional de Comercio Exterior*. Obtenido de La política comercial para el cuatrienio 2018-2022: <https://www.analdex.org/2019/04/01/la-politica-comercial-para-el-cuatrienio-2018-2022/>
- Gonzalez Litman, T. (14 de 03 de 2019). *Fashion Network*. Obtenido de Las importaciones textiles colombianas suben un 23 % en el primer trimestre del año:

<https://pe.fashionnetwork.com/news/Las-importaciones-textiles-colombianas-suben-un-23-en-el-primer-trimestre-del-ano,1098552.html#.XQzY5OgzbIV>

Grupo Banco Mundial. (2018). *Doing Business - Clasificación de las economías*. Obtenido de <https://espanol.doingbusiness.org/es/rankings>

Grupo Banco Mundial. (2019). *Doing Business - Panorama de economía*. Obtenido de <https://espanol.doingbusiness.org/es/data>

Guangming Daily. (2019). *GOV CN*. Obtenido de Datos sobre la educación progresiva china.: http://www.gov.cn/shuju/2019-02/28/content_5369227.htm

Hilton, I. (2019). *Diálogo Chino*. Obtenido de China y América Latina: una relación transformada: <https://dialogochino.net/17027-china-and-latin-america-a-relationship-transformed/?lang=es>

ICONTEC. (2015). *Sistema de gestión ambiental*. Obtenido de https://escuelajudicial.ramajudicial.gov.co/sites/default/files/NORMA_14001.pdf

Ijelman, C. (2018). *Fashion United*. Obtenido de <https://fashionunited.co/noticias/retail/datos-y-cifras-de-marcas-de-moda-de-colombia-studio-f/2018010923302#targetText=Moda%20Colombiana%20para%20Latinoam%C3%A9rica%3A%20la,su%20hijo%2C%20Carlos%20Acosta%20Hazzi>.

Inexmoda. (2019). *Informe del sector textil y confecciones*. Medellín. Obtenido de http://www.saladeprensainexmoda.com/wp-content/uploads/2019/09/Informe_Especial_Textil_y_Confecciones_-_Jul_2019.pdf

Inexmoda. (s.f). *Cifras del sector*. Obtenido de <http://www.saladeprensainexmoda.com/noticias/cifras-del-sector/page/3/>

Innpulsa. (2019). Obtenido de <https://www.innpulsacolombia.com/>

Joanidis, C. (2017). *Plan de negocios: la película*. CABA: Pluma Digital Ediciones.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing* (Sexta ed.). Mexico: Editorial Prentice Hall Mexico. Obtenido de https://books.google.com.ar/books?id=sLJXV_z8XC4C&pg=PA160&dq=Principios+de+Marketing+estudio+de+mercado&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiSxvuV6rveAhUvtYsKHe56DGoQ6AEIQDAE#v=onepage&q&f=false

- KPMG. (2017). *La realidad de los consumidores online*. Obtenido de <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/es/pdf/2017/06/la-realidad-de-consumidores-online.pdf>
- Legiscomex. (2019). *Legiscomex*. Obtenido de <https://www.legiscomex.com>
- Legiscomex. (2019a). *ABC del comercio internacional*. Obtenido de <https://www.legiscomex.com/>
- Legiscomex . (2019b). *Vistos buenos o requerimientos previos*. Bogotá. Obtenido de https://www.legiscomex.com/Documentos/vistos_buenos
- Ley de comercio exterior. (1994). *República Popular de China sobre Comercio Exterior*. Obtenido de <http://www.mofcom.gov.cn/article/swfg/swfgbf/201101/20110107350814.shtml>
- Ley 1258. (2008). Bogotá: Diario Oficial No. 47.194 de 5 . Obtenido de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1258_2008.html
- Ley 1780. (2016). *Ley de emprendimiento juvenil*. Bogotá: Diario Oficial N° 49861. Obtenido de <http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201780%20DEL%2002%20DE%20MAYO%20DE%202016.pdf>
- Ley 1943. (2018). *Ley de financiamiento*. Bogotá: Diario Oficial No° 50820. Obtenido de <https://cijuf.org.co/sites/cijuf.org.co/files/normatividad/2018/LEY%201943%20DEL%2028%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202018%20%281%29%20%281%29.pdf>
- Ley 50. (1990). Bogotá: Diario oficial N° 39618. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=281>
- Ley 590. (2000). Bogotá: Diario Oficial N° 44078. Obtenido de http://www.defensoria.gov.co/public/Normograma%202013_html/Normas/Ley_590_2000.pdf
- Lobato Gómez, F. (2009). *Empresa e iniciativa emprendedora*. Editorial Macmillab Iberia S.A.
- Medina, E. (2019). *Todo lo que debes saber sobre Bogotá en 2019*. Bogota. Obtenido de <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/turismo/informacion-de-bogota-en-2019>

Meeno Group. (s.f). *17 ciudades manufactureras en China que los importadores deben conocer*. Obtenido de <https://www.meenogroup.com/17-manufacturing-cities-in-china-that-importers-should-know-about/>

Ministerio de Asuntos Exteriores - Unión Europea. (2019). *Ficha país Bangladesh*. Obtenido de http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/BANGLADESH_FICHA%20PAIS.pdf

Modaes Latinoamérica. (2018). *Adidas reducirá su número de tiendas mientras duplica su negocio online hasta 2020*. Obtenido de <https://www.modaes.com/empresa/adidas-reducira-su-numero-de-tiendas-mientras-duplica-su-negocio-online-hasta-2020-es.html>

Modaes Latinoamericana. (2019). *La moda es un gasto cotidiano que se vuelve cada vez más difícil de sacarlo del bolsillo*. Obtenido de <https://www.modaes.com/back-stage/camilo-herrera-raddar-la-moda-es-un-gasto-cotidiano-que-se-vuelve-cada-vez-mas-dificil-de-sacarlo-del-bolsillo.html>

Moreno Dávila, A. (2019). *Legiscomex*. Obtenido de <https://www.legiscomex.com/Documentos/colaborador-alfredo-moreno-empresas-que-importan-por-primera-vez>

Namakforoosh, M. N. (2005). *Metodología de la investigación*. México: Limusa. Obtenido de <https://books.google.com.ar/books?id=ZEJ7-0hmvhwC&pg=PA91&dq=investigaci%C3%B3n+descriptiva&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiMvpSGjOPeAhUCFpAKHb2FDHsQ6AEIKDAA#v=onepage&q=investigaci%C3%B3n%20descriptiva&f=false>

NBS China. (2019). *National Bureau of Statistics of China*. Obtenido de <http://data.stats.gov.cn/english/easyquery.htm?cn=A01>

NBS China. (2019a). *National Bureau of Statistics of China*. Obtenido de Precios al productor del sector industrial para junio de 2019: http://www.stats.gov.cn/english/PressRelease/201907/t20190710_1675305.htm

NBS China. (2019b). *National Bureau of Statistics of China*. Obtenido de Comunicado sobre gastos nacionales en ciencia y tecnología en 2018: http://www.stats.gov.cn/english/PressRelease/201909/t20190902_1695121.htm

I

- Nielsen Company. (2019). *Tendencias del consumo en Colombia*. Obtenido de <https://www.nielsen.com/co/es/insights/article/2019/tendencias-del-consumo-en-colombia-febrero-2019/>
- OANDA. (s.f.). *Conversor de divisas*. Recuperado el 19 de 07 de 2019, de <https://www1.oanda.com/lang/es/currency/convert/>
- Observatorio de la Política China. (2019). *Política China - Informe anual*. Pontevedra. Obtenido de <http://politica-china.org/opch/otros/informe-anual>
- Observatorio Ecommerce. (2018). *¿Cuánto gasta Colombia en eCommerce?* Obtenido de <https://www.observatorioecommerce.com.co/cuanto-gasta-colombia-en-e-commerce/>
- Observatorio Ecommerce. (2019). *Medición de Indicadores de consumo*. Obtenido de https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-98220_Inf_eCommerce.pdf
- Oficina económica y comercial de España en Pekín. (2018). *Informe económica y comercial*. Obtenido de http://www.iberchina.org/files/2019/china_iec.pdf
- P&M. (2018). *Consumidor colombiano: Redes de infidelidad*. Obtenido de https://www.utadeo.edu.co/sites/tadeo/files/collections/documents/field_attached_file/20180514unnnn.pdf
- Pérez, P. (12 de 02 de 2019). *Fibras sintéticas en la ropa causan una contaminación plástica invisible. El ciudadano*. Obtenido de <https://www.elciudadano.com/medio-ambiente/fibras-sinteticas-en-la-ropa-causan-una-contaminacion-plastica-invisible/02/19/>
- Permoda. (s.f.). *Koaj*. Obtenido de <https://www.koaj.co>
- Portafolio. (2018). *Colombianos gastan en promedio \$867.000 en la celebración de Navidad. Portafolio*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/colombianos-gastan-en-promedio-867-000-en-la-celebracion-de-navidad-524654>
- Portafolio. (2018a). *Eliminarán 50 trámites que hoy impiden crear empresa en Colombia*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/eliminaran-50-tramites-que-impiden-crear-empresa-en-colombia-521123>
- Positiva compañía de seguros. (2019). *Manuel de usuario ARL*. Obtenido de <https://www.positiva.gov.co/nuestros-productos/ARL/Manual->

Usuario/Manual%20de%20Usuario/MANUAL_USUARIO%202017-2.pdf?Mobile=1

Quiroz, V. (18 de 06 de 2019). Requisitos apertura de cuenta de ahorros empresarial. (J. A. Rincón, Entrevistador) Chat Virtual Bancolombia.

Redacción Economía. (2019). *¿Cómo se preparan los colombianos para el Día de la Madre?* Obtenido de <https://www.elespectador.com/economia/como-se-preparan-los-colombianos-para-el-dia-de-la-madre-articulo-859574>

Resolución 1950. (2009). *Reglamento Técnico sobre Etiquetado de Confecciones*. Bogotá. Obtenido de <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=4026128>

Rojas, R. (2014). *MBA - America economía*. Obtenido de <https://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/la-importancia-del-transporte-en-la-cadena-logistica>

Salazar Carvajal, R. (s.f). *Colombia: estrategias de marketing en un entorno globalizado*.

Santesmases Mestre, M., Sánchez Guzmán, A., & Valderrey Villar, F. (2014). *Fundamentos de Mercadotecnia*. México: Grupo editorial patria.

Searates. (2019). *Searates*. Obtenido de <https://www.searates.com/>

Secretaría distrital de planeación. (2017). *Proyecciones de población 2005-2015, según edades quinquenales*. Obtenido de <http://www.sdp.gov.co/gestion-estudios-estrategicos/informacion-cartografia-y-estadistica/repositorio-estadistico/proyecciones-de-poblacion-localidad-y-bogota-2005-2015%5D>

Studio F. (s.f). *Studio F*. Obtenido de <https://www.studiof.com.co>

Subsecretaria de salud pública. (2015). *Análisis de condiciones, calidad de vida, salud y enfermedad*. Obtenido de http://www.subrednorte.gov.co/sites/default/files/Salud%20Publica/ACCVSyE/Informe%20Ejecutivo_ACCVSE_10%20Engativa%202015.pdf

Superintendencia de Sociedades. (2018). *En Colombia al menos una de cada dos empresas está constituida como S.A.S.* Obtenido de <https://www.supersociedades.gov.co/Noticias/Paginas/2018/En-Colombia-al-menos-una-de-cada-dos-empresas-est%C3%A1-constituida-como-S-A-S.aspx>

The responsible Supply Chain Association. (s.f). *Acerca de nosotros*. Obtenido de <http://www.csc9000.org.cn/ENGLISH/About/Introduction/>

- Top China Travel. (s.f). *Los mejores paraísos de compras en China*. Obtenido de <https://www.topchinatravel.com/china-guide/china-top-shopping-paradises.htm>
- Torres Dujisin, J. (2015). *Proyectos de Negocios. Método práctico para Emprendedores*. Santiago de Chile: Editorial universidad de Santiago de Chile.
- Traslaviña Amador, D. (2019). Colombia: Estás son las marcas de ropa preferidas por los colombianos. *America RETAIL*. Obtenido de <https://www.america-retail.com/colombia/colombia-estas-son-las-marcas-de-ropa-preferidas-por-los-colombianos/>
- Trendimius China Sourcing Agent. (2019). *Dónde comprar ropa al por mayor para una boutique de China*. Obtenido de <https://yiwusourcingagent.com/where-to-buy-wholesale-clothing-for-a-boutique-from-china/>
- TuTiempo. (2018). *Clima Bogota*. Obtenido de <https://www.tutiempo.net/clima/ws-802220.html>
- UNCTAD. (2019). *Guerras comerciales: el dolor y la ganancia*. Obtenido de Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo: <https://unctad.org/en/pages/PressRelease.aspx?OriginalVersionID=500>
- Univalle. (s.f). *Técnica de recolección de datos*. Obtenido de http://cms.univalle.edu.co/amed/mod_inv_aula/etapa_3cmo_obtener_informacion_pertinente_datos_para_la_investigacion_en_el_aula.html
- Van Laethem, N., Lebon, Y., & Durand-Mégret, B. (2014). *La caja de herramientas Mercadotecnia*. Mexico: Grupo editorial patria.
- Vargas Rubio, P. (2018). Las tiendas de ropa lanzan alrededor de cuatro colecciones al mes en el país. *La República*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/consumo/las-tiendas-de-ropa-lanzan-alrededor-de-cuatro-colecciones-al-mes-en-el-pais-2808929>
- Vidal Liy, M. (2019). China y EE UU se dan un respiro en su guerra comercial. *El país*. Obtenido de https://elpais.com/internacional/2019/06/29/actualidad/1561785284_326311.html
- Villamil, C. (30 de 08 de 2019). Tendencias de moda para el otoño-invierno 2019-2020. *El tiempo*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/vida/mujeres/tendencias-propuestas-para-fin-de-ano-2019-406868>

- Viniegra Rocío, S. (2007). *Entendiendo el plan de negocios* (Primera edición ed.). Editorial USACH. Obtenido de <https://books.google.com.ar/books?id=JcoXAAwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=importancia+plan+de+negocios&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiy5Yr1u5beAhVD11kKHQdQBYcQ6AEIJzAA#v=onepage&q&f=false>
- World Bank Group. (2018). *Población activa, total*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/indicador/SL.TLF.TOTL.IN?locations=CN>
- World Bank Group . (2018a). *Inflación, precios al consumidor (% anual)*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/indicador/FP.CPI.TOTL.ZG?end=2018&locations=CN&start=2013>
- World Bank Group . (2018b). *Fuerza laboral, total*. Obtenido de Colombia: <https://data.worldbank.org/indicador/SL.TLF.TOTL.IN>
- World Bank Group. (2019). *Doing business 2019 Training for reform*. Obtenido de https://www.worldbank.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB2019-report_web-version.pdf
- World Bank Group. (s.f). *Crecimiento del PIB (% anual)*. Recuperado el 2019, de https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?end=2018&locations=CN&most_recent_value_desc=false&start=2013&view=chart
- World Economic Forum. (2018). *The global competitiveness report*. Obtenido de <http://www3.weforum.org/docs/GCR2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2018.pdf>
- World Economic Forum . (2018a). *China se está volviendo ecológica*. Obtenido de <https://es.weforum.org/agenda/2018/05/china-se-esta-volviendo-ecologica-aqui-le-mostramos-como-c740d8c4-e89d-4880-8370-15f8b9b51097/>
- World Trade Organization. (2018). *Examen de las políticas comerciales de China*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tpr_s/s375_s.pdf
- World Trade Organization. (2018a). *Examen de las políticas comerciales Colombia*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tpr_s/s372_s.pdf

Capítulo 7. Anexos

Los anexos que se detallan a continuación hacen referencia al contenido que no se explicó detalladamente en el desarrollo del trabajo debido a que se considera de gran extensión.

Anexo 1 - Selección país exportador

Para poder seleccionar el país desde el cual importar las prendas de vestir, se deben analizar ciertas variables y/o aspectos relevantes dentro de cada mercado preseleccionado, para ello, se puntúa cada variable con un valor de 1 a 5, siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta.

1. Aspectos generales y comerciales

1.1. Idioma

Una de las fuentes que ocasionan confusiones entre el importador y el proveedor extranjero es la diferencia de idiomas. En Colombia, el idioma oficial es el español, por lo que los países que también tengan este idioma van a obtener un 5 y los que no un 1.

	China	Bangladesh	Turquía
Oficial	Chino/ mandarín	Bengalí	Turco
Punt.	1	1	1

Fuente: Elaboración propia con base a las fichas país de Procolombia (a) (s.f) y (Ministerio de Asuntos Exteriores - Unión Europea, 2019)

1.2. Localización geográfica (km)

La distancia es un factor importante en el comercio exterior ya que cada flujo bilateral depende no sólo de las masas económicas de los socios comerciales sino de la distancia que los separa. Como indican Linnemann (1966) y Linder (1961), el flujo comercial internacional se relaciona además

de la oferta y demanda, a los costos de comercio que varían dependiendo la distancia geografía (transporte y transacciones) (Fuentes Flores, Diaz Bautista, & Martínez Pellégrini , 2003).

Este apartado evalúa la proximidad geográfica que tiene Colombia con cada uno de los países evaluados, por ende, el que se encuentre más cerca geográficamente tendrá un puntaje mayor al que se encuentre lejos.

	China	Bangladesh	Turquía
Km	15,496	16.438	11,335
Punt.	3	1	5

Fuente: Elaboración propia con base a GeoDatos (s.f.)

1.3. Comportamiento de la divisa frente al dólar

En Colombia, el dólar es la divisa más utilizada para realizar transacciones con el exterior (Banco de la República de Colombia, 2019a). Por ello, es necesario analizar esta divisa frente a la moneda oficial de cada país.

Tasa representativa al cierre del año frente al USD				
Datos	País	China	Bangladesh	Turquía
		Moneda	Yuan CNY	Taka bangladesí BDT
Año	2017	6,51	82,48	3,78
	2018	6,88	82,65	5,26
Variación		5,68%	0,21%	39,15%
Punt.		5	5	1

Fuente: Elaboración propia con base a datos de (OANDA, s.f.)

Bangladesh y China reflejan una variación mínima en su moneda frente al dólar en los periodos 2017- 2018, mientras que Turquía presenta una depreciación del casi 40%. Por ello, los dos primeros países se convierten en los más atractivos para hacer negocios.

1.4. Acuerdos comerciales vigentes

	China	Bangladesh	Turquía
Acuerdos Comerciales	N/A	N/A	En negociación
Punt.	1	1	3

Fuente: Elaboración propia con base a LegisComex (2019)

Actualmente ninguno de los tres mercados en estudio cuenta con un tratado comercial con Colombia, sin embargo, con Turquía se encuentran vigentes las negociaciones para iniciar el acuerdo comercial entre ambos países.

1.5. Riesgo país

Las agencias calificadoras de riesgo son las encargadas de medir la probabilidad que tiene un país para pagar o no sus obligaciones. Debido a que esta calificación puede influir en la economía del país, se debe tener en cuenta el riesgo que posee cada mercado con los que se desea establecer una relación comercial con el fin de evitar posibles riesgos de incumplimiento a la hora de solicitar un pedido.

Agencia	China	Bangladesh	Turquía
Moody's	A1 Grado medio superior	Ba3 Grado medio inferior	B1 Altamente especulativa
Punt.	5	3	1

Fuente: Elaboración propia con base a (Datosmacro, 2019).

Entre los tres mercados preseleccionados, Turquía es el país que posee la calificación más baja generando una perspectiva de pago negativa.

1.6. Facilidad para negociar

Las economías son clasificadas entre el puesto 1 y 190 (siendo 1 la más alta calificación) en la facilidad para hacer negocios (Grupo Banco Mundial, 2018). La economía con mayor calificación obtendrá un 5 de puntaje y un 1 la que cuente con menor calificación.

Aspecto	China	Bangladesh	Turquía
Facilidad para hacer negocios	46	176	43
Punt.	3	1	5

Fuente: Elaboración propia con base a (Grupo Banco Mundial, 2018)

2. Aspectos de Comercio Exterior

Las importaciones no solo se pueden analizar el valor total CIF (USD), sino también por la cantidad de kilos y unidades ingresadas al país.

2.1. Participación de las importaciones en kilos brutos 2018

En este apartado se detallan las importaciones de prendas de vestir y sus complementos en términos de kilos brutos en lo corrido del año 2018. Con este dato, se pretende determinar la participación de cada país en las importaciones totales de Colombia en dichos términos. El puntaje estará dado de acuerdo con la participación de cada país.

Capítulo	Año 2018
61	15.434.156,15
62	14.476.921,07
Total de kilos brutos	29.911.077,22

	China	Bangladesh	Turquía
Kilos	16.873.285	3.825.456	1.037.067
Part.	56%	13%	3%
Punt.	5	3	1

Fuente: Elaboración propia con base a LegisComex (2019)

2.2. Participación de las importaciones en unidades 2018

En este apartado se detallan las importaciones de prendas de vestir y sus complementos en términos de unidades/artículos en lo corrido del año 2018. Con este dato, se pretende determinar la participación de cada país en las importaciones totales de Colombia en dichos términos. El puntaje estará dado de acuerdo con la participación de cada país.

Capítulo	Año 2018
61	152.041.116
62	62.126.415
Total unidades brutos	214.167.531

	China	Bangladesh	Turquía
Unidades	127.164.605	13.660.936	4.068.567
Part.	59,4%	6,4%	1,9%
Punt.	5	1	1

Fuente: Elaboración propia con base a LegisComex (2019)

2.3. Valor CIF por kilo importado 2018

En este apartado, se indica el valor CIF (USD) por kilo bruto importado al territorio colombiano. Así, se podrá conocer más detalladamente el país desde el cual se importa mercadería a mejor precio. El país que menor valor, es el que mayor puntaje obtiene.

	China	Bangladesh	Turquía
Valor CIF (USD)	323.174.249,04	74.210.423,71	37.052.585,82
KI (bruto)	16.873.285	3.825.456	1.037.067
Valor x KI (USD)	19,15	19,40	35,73
Punt.	5	5	1

Fuente: Elaboración propia con base a LegisComex (2019)

2.4. Valor CIF por cantidades importada 2018

En este apartado, se detalla el valor CIF (USD) por unidad comercial (unidad/artículo) importada al territorio colombiano. De esta forma, se podrá analizar desde otro punto de vista cual es el país desde el cual se importa mercadería a mejor precio. El país que menor valor arroje es el que mayor puntaje obtiene por ser el más económico.

	China	Bangladesh	Turquía
Valor CIF (USD)	323.174.249,04	74.210.423,71	37.052.585,82
Cant. unidades	127.164.605	13.660.936	4.068.567
Valor x unid. (USD)	2,54	5,43	9,11
Punt.	5	3	1

Fuente: Elaboración propia con base a LegisComex (2019)

2.5. Dinámica del valor CIF por kilo importado 2017-2018

En este apartado se comparan los resultados del año 2017 con los del 2018 para analizar la evolución y los cambios del valor CIF (USD) por kilo importado dentro de los mercados seleccionados. De acuerdo con la variación de cada país se asignan los puntajes.

Año	Concepto	China	Bangladesh	Turquía
2017	Valor CIF	280.280.541,78	52.268.605,96	33.798.622,97
	KI bruto	13.734.145	2.576.218	964.565
	Valor por kl	20,41	20,29	35,04
2018	Valor CIF	323.174.249,04	74.210.423,71	37.052.585,82
	KI bruto	16.873.285	3.825.456	1.037.067
	Valor x kl	19,15	19,40	35,73
Variación		-6,15%	-4,39%	1,96%
Punt.		5	5	1

Fuente: Elaboración propia con base a LegisComex (2019)

China y Bangladesh fueron los dos países que lograron disminuir el costo de kilo importado a Colombia. Por el contrario, Turquía presentó un aumento del 1,96% en el valor por kilo.

2.6. Dinámica del valor CIF por cantidades importadas 2017-2018

En este apartado se comparan los resultados del año 2017 con los del 2018 para analizar la evolución y los cambios del valor CIF (USD) por cantidades importadas dentro de los mercados seleccionados. De acuerdo con la variación de cada país se asignan los puntajes.

Año	Concepto	China	Bangladesh	Turquía
2017	Valor CIF	280.280.541,78	52.268.605,96	33.798.622,97
	Unidad	105.999.396	9.136.034	3.597.507
	Valor x unid.	2,64	5,72	9,40
2018	Valor CIF	323.174.249,04	74.210.423,71	37.052.585,82
	Unidad	127.164.605	13.660.936	4.068.567
	Valor x unid.	2,54	5,43	9,11
Variación		-3,89%	-5,05%	-3,07%
Punt.		3	5	3

Fuente: Elaboración propia con base a LegisComex (2019)

En términos de cantidades importadas, los tres países lograron disminuir el valor CIF (USD) por artículo/unidad ingresada al país. Sin embargo, Bangladesh fue el que presentó una mayor reducción en este valor frente a los otros países con el -5,05%

3. Aspectos Logísticos

Los aspectos logísticos son importantes a la hora de seleccionar el país de origen ya que el principal efecto recae sobre los costos (fletes, seguro, carga, descarga, entre otros) y por ende el precio final del producto. Es por ello, que en este apartado se analizan algunos aspectos logísticos para elegir el país más adecuado.

3.1. Transporte

Los tres modos de transporte usados en el comercio internacional son aéreo, marítimo y terrestre. Para grandes volúmenes y destinos lejanos la opción más económica es el transporte marítimo, es por ello, que en este caso se pretende determinar la cantidad de puertos con los que cuenta cada país bajo estudio y elegir el más adecuado.

	China	Bangladesh	Turquía
Cantidad	200	4	54
Punt.	5	1	3

Fuente: Elaboración propia con base a (Searates, 2019)

3.2. Tiempo (días en tránsito)

En este apartado se estiman los días que demora el recorrido en barco desde el país de origen hasta Colombia. La consulta se realiza ingresando al puerto de Buenaventura (puerto con más registro de importaciones durante el año 2018) y el tiempo puede variar de acuerdo con el puerto seleccionado en origen.

	China	Bangladesh	Turquía
Días en transito	31	36	21
Punt.	3	1	5

Fuente: Elaboración propia con base a (Searates, 2019)

Turquía es el país que cuenta con menos días de transito hasta Colombia y Bangladesh el que más días presenta. Adicionalmente, China obtiene un puntaje de tres ya que el tiempo en tránsito puede variar hasta 31 días dependiendo en puerto de embarque.

3.3. Tiempo cumplimiento transfronterizo

En este apartado se analiza el tiempo en horas para la presentación de documentos durante el manejo en puertos o fronteras, el despacho de aduanas y los procedimientos de inspección en el proceso de exportación (Grupo Banco Mundial, 2019). Se puntúa cada país de acuerdo con la cantidad de horas requeridas, entre más horas obtenga menor es el puntaje.

	China	Bangladesh	Turquía
Cumplimiento transfronterizo	23-29	168	16
Punt.	3	1	5

Fuente: Elaboración propia con base a (Grupo Banco Mundial, 2019)

3.4. Costo cumplimiento transfronterizo

En este apartado se analiza el costo promedio para la presentación de documentos durante el manejo en puertos o fronteras, el despacho de aduanas y los procedimientos de inspección en el proceso de exportación (Grupo Banco Mundial, 2019). Se puntúa cada país de acuerdo con la cantidad de dólares requeridos, entre más dólares se necesiten menor es el puntaje.

	China	Bangladesh	Turquía
Cumplimiento transfronterizo	305-325	408	358
Punt.	5	1	3

Fuente: Elaboración propia con base a (Grupo Banco Mundial, 2019)

3.5. Tiempo cumplimiento documental

En este apartado se analiza el tiempo para la obtención, preparación, procesamiento y presentación de documentos en el proceso de exportación (Grupo Banco Mundial, 2019). Se puntúa cada país de acuerdo con la cantidad de horas requeridas, entre más horas se necesiten menor es el puntaje.

	China	Bangladesh	Turquía
Comercio transfronterizo	8-10	147	4
Punt.	3	1	5

Fuente: Elaboración propia con base a (Grupo Banco Mundial, 2019)

3.6. Costo cumplimiento documental

En este apartado se analiza el costo promedio para la obtención, preparación, procesamiento y presentación de documentos en el proceso de exportación (Grupo Banco Mundial, 2019). Se puntúa cada país de acuerdo con la cantidad de dólares requeridos, entre más dólares se necesiten menor es el puntaje.

	China	Bangladesh	Turquía
Comercio transfronterizo	70-78	225	55
Punt.	3	1	5

Fuente: Elaboración propia con base a (Grupo Banco Mundial, 2019)

Anexo 2 – Macrosegmentación del cliente

Bogotá se encuentra subdividida en 20 localidades y para obtener una mejor segmentación, se detalla la cantidad de mujeres concentradas tanto por localidad como por rango de edad analizado en el trabajo.

Localidad	Total	Hombres	Mujeres	Participación- mujeres	Edad 20-49
Antonio Nariño	108,9	53,1	55,8	1,4%	23,9
Barrios Unidos	241,0	115,9	125,1	3,1%	54,1
Bosa	646,8	316,3	330,5	8,1%	152,4
Chapinero	137,9	64,7	73,2	1,8%	34,8
Ciudad Bolívar	687,9	336,8	351,1	8,6%	156,6
Engativá	874,8	418,9	455,9	11,2%	212,9
Fontibón	380,5	180,2	200,3	4,9%	96,5
Kennedy	1.069,5	521,8	547,7	13,5%	255,8
La Candelaria	24,1	12,8	11,3	0,3%	5,0
Los Martires	98,8	49,8	48,9	1,2%	21,9
Punte Aranda	258,4	127,2	131,2	3,2%	60,9
Rafael Uribe Uribe	375,1	184,8	190,3	4,7%	85,5
San Critobal	406,0	198,4	207,6	5,1%	92,1
Santa Fe	110,1	55,5	54,6	1,3%	23,8
Suba	1.174,7	557,6	617,1	15,2%	492,7
Teusaquillo	151,1	70,5	80,6	2,0%	36,9
Tunjuelito	200,0	99,3	100,8	2,5%	45,8
Usaquen	494,1	229,1	265,0	6,5%	120,0
Usme	432,7	214,0	218,7	5,4%	96,6
Sumapaz	6,5	3,3	3,1	0,1%	1,3
Total	7.878,8	3.810,0	4.068,8	100,0%	2.069,5

Fuente: Datos expresados en miles de personas

Sexo: El total de la población en la ciudad de Bogotá es de 7.878,8 mil personas, de la cuales 3.810,0 son hombres y 4.068,8 mujeres (Secretaría distrital de planeación, 2017).

Edad: Teniendo en cuenta los tipos de generaciones, Z (15-20 años), Millennials (21-34), X (35-49) y Boomers (50-63), se seleccionan para el trabajo las mujeres ubicadas entre los 21 y 49 años. Este rango se selecciona debido a que estas generaciones hoy en día son las que, primero usan más tecnología, aprovechando las redes sociales y sitios web para hacer compras online y segundo, sus gustos de compra se enfocan en ropa, zapatos, muebles y cosas para el hogar (KPMG, 2017).

Estratificación: En Colombia, los hogares se clasifican en 6 estratos socioeconómicos con base a las características de la vivienda y los aspectos poblacionales; En cada ciudad y localidad del país, se pueden evidenciar varias estratificaciones, siendo el estrato 1 (Bajo-Bajo), 2 (Bajo), 3 (Medio-Bajo), 4 (Medio), 5 (Medio – Alto) y 6 (Alto). Para el trabajo, se enfoca la población ubicada en los estratos medios, es decir, estrato 3, 4 y 5.

Anexo 3 – Selección de competidores

A continuación, se detalla por cada partida arancelaria los tres mayores importadores en lo corrido del primer semestre del 2019 en términos de valor CIF (USD) y que cuentan con sucursales en Bogotá. El valor porcentual que se detalla al lado de cada razón social, indica la participación que cada una tienen sobre los 10 mayores importadores de cada partida. Además, se indican las razones sociales para los productos importados tanto de origen chino como de todos los países a modo global.

6109 T-shirts y camisetas (punto)	
6109.10.00.00	CHINA: Falabella SA (27,4%) - Crystal SAS (18,8%) y STF Group SA (Studio F y Ela) (10,3%).
	TOTAL: Compañía de Inversiones Textiles de Moda (16,4%) - Adidas (15,41) y Falabella SA (14,7%).
6109.90.90.00	CHINA: Falabella SA (23,8%) - Athletic Sport Inc Ltda (Nike) (8,2%) y Adidas (6,6%).
	TOTAL: Adidas (33,4%) - Falabella SA (10,3%) y Athletic Sport Inc Ltda (Nike) (9,5%).

Fuente: Elaboración propia, con datos de legisComex.

6110 suéteres, pulóveres, cárdigan, chalecos y art. similares (punto)	
6110.20.10.00	CHINA: Falabella SA (25,0%) – Permoda Ltda (Koaj) (10,8%) y Crystal SAS (6,8%).
	TOTAL: Falabella SA (18,5%) - Compañía De Inversiones Textiles de Moda (18,3%) y Permoda Ltda (Koaj) (11,8%).
6110.90.00.00	CHINA: Pricesmart Colombia SAS (32,5%) - Bimba y Lola Colombia SAS (14,9%) y H&M Colombia S.A.S (11,3%).
	TOTAL: Pricesmart Colombia SAS (24,2%) - H&M Colombia S.A.S (19,6%) y Bimba y Lola Colombia SAS (13,5%).

Fuente: Elaboración propia, con datos de legisComex.

6206 camisas, blusas y blusas camiseras	
6206.30.00.00	CHINA: STF Group SA (Studio F y Ela) (31,0%) - Falabella SA (10,9%) y Crystal SAS (9,5%).
	TOTAL: Compañía de Inversiones Textiles de Moda (24,3%) - STF Group SA (Studio F y Ela) (16,5%) y Permoda Ltda (Koaj) (13,9%).
6206.40.00.00	CHINA: Falabella SA (31,7%) - Crystal SAS (15,2%) y STF Group SA (Studio F y Ela) (11,2%).
	TOTAL: Falabella SA (25,0%) - Compañía de Inversiones Textiles de Moda (17,0%) y Crystal SAS (9,6%).

Fuente: Elaboración propia, con datos de legisComex.

De acuerdo con el anterior detalle y teniendo en cuenta la siguiente ponderación de la participación de cada razón social, se determina que los cinco principales oferentes en el desarrollo del mercado potencial son Falabella SA, Crystal SAS, STF Groaup SA, Compañía de Inversiones Textiles y Adidas.

Empresa	China	Global	Participación (veces)
Falabella SA	5	4	9
Crystal SAS	4	1	5
STF Groaup SA	3	1	4
Compañía de Inversiones Textiles		4	4
Adidas	1	2	3
Athletic Sport Inc Ltda (Nike	1	1	2
Permoda Ltda (Koaj)	1	2	3
Pricesmart Colombia SAS	1	1	2
Bimba y Lola Colombia SAS	1	1	2
H&M Colombia S.A.S	1	1	2

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 4 – Selección ciudad proveedora

Después de determinar cuáles son las principales ciudades de compras en China, se ponderan todas las fuentes de información con el fin de seleccionar la ubicación del proveedor directo.

Ciudad	Top China Travel	China Brands	Trendimius China	Meeno Group	Total
Beijing	1		1		2
Changsha			1		1
Chengdu			1		1
Chongqing			1		1
Dalang				1	1
Fujian			1		1
Guangzhou	1	1	1	1	4
Haicheng			1		1
Harbin			1		1
Hebei			1		1
Hong Kong	1	1			2
Hubei			1		1
Jiangsu			1		1
Shandong			1		1
Shanghai	1		1		2
Shenyang			1		1
Shenzhen	1	1			2
Wuhan			1		1
Yiwu		1			1
Zhejiang			1		1
Zhuzhou			1		1

La ciudad de **Guangzhou** es la que se repite en las cuatro fuentes de información como una de las principales ciudades para hacer negocios comerciales, por esa razón, se elige esta ciudad como la proveedora de indumentaria para el trabajo.

Anexo 5 – Cotización proveedores indumentaria

Las cotizaciones solicitadas para el desarrollo del trabajo se realizan con base a la cantidad de demanda proyectada en términos de productos (10.400 unidades) y de forma que cada partida arancelaria de la tabla 13 tenga dos bienes diferentes.

Backstage Industrial Limited Company














BACKSTAGE LIMITED
Guangzhou
China

Date: 28/10/2019
Currency: USD
Contact: yuki
Email: _____

Quotation

Purch Indumentaria JK3 SAS	From: Company: Backstage Limited
-----------------------------------	---

Pic	Style NO.	Price USD/Pcs	Qty	Remark	
	S196839	\$7,90	900	If you attach your own brand label&size label,etc, need to add a little extra cost	\$7.110,00
	S196808	\$7,47	925		\$6.909,75
	S191807	\$12,70	1550		\$19.685,00
	S191813	\$5,51	925		\$5.096,75

	S201831	\$8,55	775	If you attach your own brand label&size label,etc. need to add a little extra cost	\$6.626,25
	S202846	\$7,04	900		\$6.336,00
	G196016	\$8,60	775		\$6.665,00
	G203072	\$5,32	900		\$4.788,00
	SL2348	\$8,06	925		\$7.455,50
	P170804	\$8,95	900		\$8.055,00
	P171007	\$7,41	925		\$6.854,25
			10400		

Delivery and priceTerms

-Price Terms:

- Notice:

- Payment:

- Valid date:

- Shipping sample:

There is a FOB Surcharge 200usd if shipment below 1500pcs/shipment.

Notes/Remarks

- Remark: Amount and quantity allowance from -10% to +10%

- Packing:

- For smoothing this shipment, please fax us the confirmation sheet after T/T performed or L/C issued.

- Any problem happened due to information delay will be purchaser's responsibility.

- Purchaser should guarantee the information forwarded to Backstage is accurate.

Guang Zhou Juepell Fashion Company

广州市爵配服饰有限公司

Guangzhou JUEPELL Fashion Company Ltd.

地址:广州市白云区永泰元下田泰兴路4号C栋二、三楼
 Add: 2nd-3rd Floor ,Block C, No.4 Tai Xing Road,Yuan Xia Tian,Yong Tai,
 Bai Yun District,Guang Zhou, Guang Dong, China
 Tel: +86 20 66601698 Fax: +86 20 66601699

QUOTATION SHEET

Date: 2019.10.28

Contact: Ms Wendy

Email: juepell09@outlook.com

			
LTY16-B0022	LTY18-B0021	LH16-B21	LTY16-B0011
Blouse	Blouse	Blouse	Blouse
US\$6,15	US\$6,95	US\$6,90	US\$7,20
US\$5.535,00	US\$6.428,75	US\$6.210,00	US\$6.660,00

			
LTYH03	LTYH01	WLB-2016H01	LTYH124
S/P	S/P	S/P	S/P
US\$11,56	US\$10,95	US\$11,91	US\$7,88
US\$8.959,00	US\$8.486,25	US\$9.230,25	US\$6.107,00

			
LTY16-T0027	JP2015T156	JP2015T68	LTY16-T0028
TSH	TSH	TSH	TSH
US\$5,57	US\$8,89	US\$6,05	US\$6,48
US\$5.013,00	US\$8.223,25	US\$5.445,00	US\$5.994,00

Q:	10400
FOB:	US\$82.291,50

Anexo 6 – Cotización proveedores empaques

Se envían 5 solicitudes de cotizaciones con base a la cantidad de demanda proyectada en términos de productos (10.400 unidades) y cuya característica principal es que sean elaborados en materiales ecológicos / biodegradable. Los datos de cada empresa son:

Cot. N°	Nombre	Ubicación	Página web	Contacto
1	Bolsa Vida	Bogotá	https://bolsavida.com.co/	bolsavidanc@gmail.com
2	Biobolsa	Bogotá	http://www.biobolsa.com.co/	ventas2@biobolsa.com.co
Sin Resp.	Colprinter SA	Bogotá	www.colprinter.com	----- -
Sin Resp.	Cajas y empaques de Colombia	Medellín	www.cajasyempquesdecolombia.com	----- -
3	Green Pack	Bogotá	https://greenpack.com.co/	V3@greenpack.com.co

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los datos obtenidos, de las cinco empresas contactadas se descartan dos debido a que transcurrido una semana no se obtiene respuesta y se continua con el análisis de las tres de las cuales si se obtuvo comunicación y contacto.

Los datos analizados para la selección del proveedor de empaques ecológicos son:

Empresa	Rta	Entrega	Pago	Validez	COL/miles	Material
Bolsa Vida	1 día	8-10 días hábiles	50% anticipo –	10 días	c/f-c/i: \$15.912,0 s/f-c/i: \$8.216,0	Cambrel
Biobolsa	1 día	8 días hábiles	50% preentrega	15 días	c/f-s/i: \$5.160,8 s/f-s/i: \$4'160,0	
Green Pack	3 días	8 días hábiles		3 meses	c/f-s/i: \$2.319,2 cf-s/i: \$ 5.127,2	Bond

Fuente: Elaboración propia. Rta es el tiempo de respuesta con base a la obtención de la cotización final. Los valores COL/miles están expresados sin el impuesto al valor agregado (iva). Las abreviaciones indican c/f: con fuelle (soporte), s/f sin fuelle (soporte), s/i: sin impresión, c/i: con impresión.


Para seleccionar el proveedor, se asigna una puntuación de 1 o 5 a cada criterio, siendo 1 el puntaje más bajo y 5 el más alto.

Empresa	Respuesta	Entregas	Pago	Valide	COL/miles	Material	Total
Bolsa Vida	5	5	5	1	1	5	22
Bio bolsa	5	5	5	1	5	5	26
Green Pack	5	5	5	5	5	1	26

Fuente: elaboración propia.

De las tres empresas analizadas se elige **Biobolsa** como el primer proveedor de empaques debido a que el cambrel (polipropileno) tiene mejores características que el bond (papel) en términos de resistencia tanto en peso y como al agua. Sin embargo, no se descarta a GreenPack que obtuvo un puntaje igual y podría convertirse en un futuro proveedor.

Cotización 1. Bolsa Vida

		Fecha: 01/11/2019 Señores: Att: Alexandra					
		COTIZACIÓN					
Producto	Material	Terminados	Tamaño	Cantidad	Impresión	Valor unitario	Valor total
Bolsa Ecológica	Cambrel 70grs	Troquel	26 ancho x 34 alto	10.400	1 tinta x 1 cara	\$790	\$8.216.000
Bolsa Ecológica	Cambrel 90 grs	Troquel	26 ancho x 34 alto	10.400	Full color x 1 cara	\$1.028	\$10.691.200
Bolsa Ecológica	Cambrel 70 grs	Doble manija	31 ancho x 40 alto x 12 fuelle	10.400	1 tinta x 1 cara	\$1.530	\$15.912.000
Bolsa Ecológica	Cambrel 90 grs	Doble manija	31 ancho x 40 alto x 12 fuelle	10.400	Full color x 1 cara	\$1.910	\$19.864.000
Pago: 50% anticipo - 50% pre entrega			FECHA DE ENTREGA: 8-10 días hábiles (una vez aprobado el arte)				
VALIDEZ DE LA OFERTA: 10 días	Precio antes de IVA	Lugar de Entrega: Fábrica Bolsa Vida (Bogotá)		Tamaño máximo de impresión: 1 tinta 22 x 28 cm/ Full color: Toda la cara de la bolsa			
Ejecutiva de cuenta: Natalia Castro - Teléfono: 321 904 2380 - bolsavidano@gmail.com							

Cotización 2. Biobolsa



¡Una Empresa con Conciencia Ambiental!

Régimen Común
Nit: 900.390.537-1

COTIZACIÓN

011119-04

Bogotá NOVIEMBRE/01/ 2019

Cotizado a : ALEXANDRA RINCON



NIT o CC. _____

con atención :

Teléfono: _____

Forma de pago: _ 50 % ANTICIPO 50% ANTES DEL DESPACHO

VALIDEZ OFERTA 15 DIAS

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
10400	<p>Bolsa Fuelle Inferior MATERIAL : Kambrel 70 gr DIMENSIONES: 28CM ANCHO X 38 CM ALTO X 8 CM FUELLE IMPRESIÓN: Sin Impresión COLOR: Sin Definir</p> 	\$ 497	\$ 5.168.800
10400	<p>Bolsa Troquel JR MATERIAL : Kambrel 70 gr DIMENSIONES: 25 CM ANCHO X 30 CM ALTO IMPRESIÓN: Sin Impresión COLOR: Sin Definir</p>  <p>CIUDAD: BOGOTA TIEMPO DE ENTREGA: 8 DIAS HABILES A PARTIR DE ORDEN DE COMPRA, ANTICIPO 50% Y APROBACION DEL ARTE</p> <p>Nota: Amablemente manifestamos que por la naturaleza misma de la producción, nos reservamos el derecho a entregar el 5% más o el 5% menos de la cantidad pactada; esto se debe a controles de calidad, desperdicio, empalme de producciones entre otras razones.</p>	\$ 400	\$ 4.160.000
		Subtotal \$ \$	9.328.800
		IVA \$ \$	1.772.472
		TOTAL \$ \$	11.101.272

KR 57 No 45 A 52 SUR

WWW.BIOBOLSA.COM.CO

BOGOTAS@BIOBOLSA.COM.CO



7138731-7137516-2033205 EXT 2112

MOVIL: 3173906909

ALEJANDRO RODRIGUEZ

Cotización 3. Greenpack

		Cotizacion No.0111194007			
Datos Cotización					
Nombre:	jeimy	Apellido:	rincon		
Empresa:	indumentaria jk	Email:	alexandra.03.ar@gmail.com		
Ciudad:	bogota	Dirección:	engativa		
Teléfono:	0	Celular:	0		
¡Cordial Saludo! Con agrado nos permitimos entregarle la siguiente cotización					
Producto	Comprar	Material	Medidas	Cantidad	\$UNIDAD
 Ref: Fondo Automático, manija troquelada, refuerzo de fondo, imp. 3 ts.	Por mayor	Bond	22+12x38 (23) cm	5.000	\$ 223
 Ref: Fondo automatico manija trenzada, refuerzo de fondo, imp. 3 ts.	Por mayor	Bond	25+16*46 cm	5.000	\$ 493
			30+12*46 cm	5.000	\$ 600
CONDICIONES COMERCIALES					
FORMA DE PAGO	50% contra pedido - 50% contra facturación para entrega				
TIEMPOS DE ENTREGA	25-30 DIAS HABILES DESPUES DE APROBACION MUESTRAS PARA IMPRESOS Y 8 DIAS PARA GENERICOS SI HAY EN STOCK Y PUEDE ORDENAR LA CANTIDAD QUE NECESITE				
VALIDEZ DE LA OFERTA	3 meses				
PARA PRODUCTO IMPRESO EN EL PRIMER PEDIDO SE COBRARA EL VALOR DE LOS FOTOPOLIMEROS MAS O MENOS \$200.000.00 POR COLOR					
el precio no incluye IVA ni fletes fuera del perimetro Urbano.					
OLGA MARIA MORA G. CEL. 318 802 5782 NOVIEMBRE 08, 2.019					

Anexo 7 – Políticas de puntos

La estrategia de puntos consiste en brindar al cliente una cantidad de puntos de acuerdo con cada compra que realice. Después, este podrá canjearlos por un bono para hacer efectivo en el momento que lo desee en el alguno de los locales de la empresa.

Las clientas podrán inscribirse por medio de la página web o alguna de las sedes de la empresa.

Los términos y políticas para la aplicación de puntos son:

- Para activar la cuenta y comenzar a acumular puntos, se debe realizar una compra con valor superior a COL \$200.000.
- Por cada COL \$ 10.000 en compras virtuales o presenciales se acumula 1 punto.
- Para acumular puntos presencialmente, se debe presentar el documento de identidad en los puntos de pago.
- Los puntos acumulados son personales e intransferibles.

Para redimir los puntos acumulados, se debe tener en cuenta la siguiente tabla:

Puntos	Bono
100	COL\$ 25.000
200	COL\$ 45.000
300	COL\$ 80.000
400	COL\$ 100.000
500	COL\$ 150.000

Anexo 8 – Cotización proveedores de tarjetas

Para seleccionar al proveedor que diseñará e imprimirá las tarjetas empresariales, se envían 5 solicitudes de cotizaciones con base a 5.000 unidades a proveedores ubicados en la ciudad de Bogotá. Los datos de cada empresa son:

Cot.	Nombre	Página web	Contacto
1	Auros	www.auros.com.co	servicliente@aurros.com.co
2	Digital d3	www.digitald3.com	cotizacionesdigitald3@gmail.com
s/r	Art Graphic	http://agltda.com/	No se obtiene respuesta
3	Pristino	www.pristinodisenoeimpresion.com	fcabrera@pristinodisenoeimpresion.com
s/r	Casano Gráfica	http://www.casanografica.com/	No se obtiene respuesta

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los datos obtenidos, de las cinco empresas contactadas se descartan dos debido a que transcurrido una semana no se obtiene respuesta y se continúa con el análisis de las tres de las cuales si se obtuvo comunicación y contacto. Los datos analizados para la selección del proveedor de tarjetas son:

Empresa	Rta	Papel	Validez	Total COL/mil
Auros	1 día	Esmaltado brillante de 300 gr.	30 días	COL \$1.253,0
Digital d3	1 día	Plastificadas mate con brillo parcial uv	---	COL \$ 357,0 COL \$ 178,5
Pristino	1 día	Propalcote 300Gr con plastificado mate y Brillo UV	---	COL \$ 547,4

Fuente: Elaboración propia

Con base a los datos obtenidos, se selecciona a **Digital d3** por sus cotos, rápida respuesta y presentar cotizaciones con más opciones de selección.

Cotización 1. Auros

 AUROS	
Bogotá, 06 de noviembre de 2019	COT 011769
Señora ALEXANDRA RINCON Ciudad	
Respetada señora:	
De acuerdo con su solicitud ponemos a consideración la siguiente cotización:	
Ref.: Impresión Tarjetas personales	
Cantidad:	5,000
Tamaño:	9 x 5,5 cm
Tintas:	4 x 4
Sustrato:	Papel esmaltado brillante de 300 gr.
Sistema de Impresión:	Offset digital
Finalizado:	Refiladas
Subtotal:	\$1,052,941.00
IVA 19%:	\$ 200,059.00
Valor Unitario:	\$1,253,000.00
El cliente suministra archivo digital listo para imprimir.	
Validez de la oferta: 30 días	
<i>NOTA: Si la oferta es aceptada por favor presentar la cotización en la tienda AUROS donde solicite el servicio.</i>	
Cordial Saludo,	
YOLANDA GUTIERREZ CASTRO Asesora de Servicio al cliente	
CALLE 65 No. 7-44 BOGOTA D.C. Tel.: 348 07 27	
FO-GC-03 V1-29/08/2003	

Cotización 2. Digital d3



Digital D3

para mí ▾

Buenas tardes

7 nov. 2019 18:41 |

Manejamos dos tipos de **tarjetas** de presentación:

Tarjetas de presentación impresión full color por ambas caras plastificadas mate con brillo parcial uv en una cara: 60.000 el millar



**1.000 Tarjetas
Plastificado Mate
Brillo Parcial UV
Full color dos caras
9 x 5,4 cm**

Tarjetas de presentación impresión full color por ambas caras plastificadas brillantes por una cara: 30.000 el millar



**1.000 Tarjetas
Plastificado Brillante
Full color una cara
9 x 5,4 cm**

Ajunto Imagen de muestra

Quedo atento a su pronta respuesta

Cotización 3. Pristino



fcabrera@pristinodisenoimpresion.com

para mí ▾

Buenas Tardes Alexandra,

Gracias por comunicarte; Respecto a tu solicitud el costo de Impresión de las 5000 tarjetas Tamaño 9 x 5,5 CM En propalcote 300Gr con plastificado mate y Brillo UV tienen un costo de \$ 460.000 (sin IVA)

Te pedimos el arte original en vectores y curvas para que las fuentes no cambien y el archivo en CMYK.

Estaremos atentos a tus comentarios.

Anexo 9 – Cotización páginas web

Para seleccionar al proveedor que diseñará y realizara la página web de la empresa, se envían 5 solicitudes de cotizaciones a empresas ubicadas en Bogotá. Los datos obtenidos son:

Cot. N°	Nombre	Página web	Contacto
1	TecnoWeb	https://www.tecnoweb.net	Comunicación telefónica y por la página web.
2	Digitalmarketing	https://digitalmarketing.net.co/	contacto@digitalmarketing.net.co Federico
s/r	Living36	https://living36.co	Sin respuesta
s/r	Julián Ramíez	https://julianramirez.com.co/	Sin respuesta
3	Platinoweb	https://platinoweb.com/	No responden pero se realiza una cotización estimada con los precios publicados en la página.

Fuente: Elaboración propia

Cotización 1. TecnoWeb

Chat on tecnoweb.net

La conversación comenzó en : Monday, December 02, 2019, at 22:29 (GMT+0)

- [22:31] Cesar: Muy buenas le saluda Cesar Rojo, con quien tengo el gusto hoy?
- [22:33] alexandra: Hola buen día mi nombre es alexandra, estoy mirando su página y quisiera saber después del año gratis , cuánto cuesta el dominio hosting
- [22:40] Cesar: en ese caso comenteme que plan hosting esta interesada porfavor para tomarlo como ejemplo
- [22:40] alexandra: El plan que vi es el que cuenta 2,269,000
- [22:40] alexandra: que dice DISEÑO WEB CARRITO FULL
- [22:44] Cesar: en ese caso el plan diseño web carrito full es pago unico el diseño el cual podremos brindarle facilidad de pago de iniciando su web y 50 % finalizando su web
- [22:44] Cesar: y lo servicios que debera renovar el siguiente año son el hosting empresa, certificado SSL y dominio .CO si es este el caso
- [22:44] Cesar: y los costos de renovacion son
- [22:45] Cesar: hosting empresa pago anual: \$349,900.00 incluido el IVA
- [22:45] Cesar: dominio .CO pago anual: \$109,593.87 + IVA
- [22:46] Cesar: y certificado ssl pago anual: \$81,675 + IVA
- [22:46] Cesar: eso seria los servios que deberia renovar anualmente
- [22:46] Cesar: el diseño web es pago unico
- [22:46] alexandra: Cesar yo te podria pedir un favor, me podrias enviar esto mismo en un catizacion para poderla presentar ante mis socios
- [22:46] Cesar: si claro
- [22:47] Cesar: Para poder enviarle la cotización requerida por favor brindeme lo siguientes datos:
Nombre completo:
Nombre de la empresa:
Correo:
Número de teléfono:

[22:47] alexandra: Alexandra Rincon Hernandez

[22:47] alexandra: indumentaria JK SAS

[22:47] alexandra: alexandra.03.ar@gmail.com

[22:47] alexandra: 3173794127

[22:47] Cesar: perfecto le enviaremos la cotizacion entonces en unos minutos

[22:47] alexandra: Gracias cesar eres muy amable

[22:48] Cesar: a usted estimada Alexandra

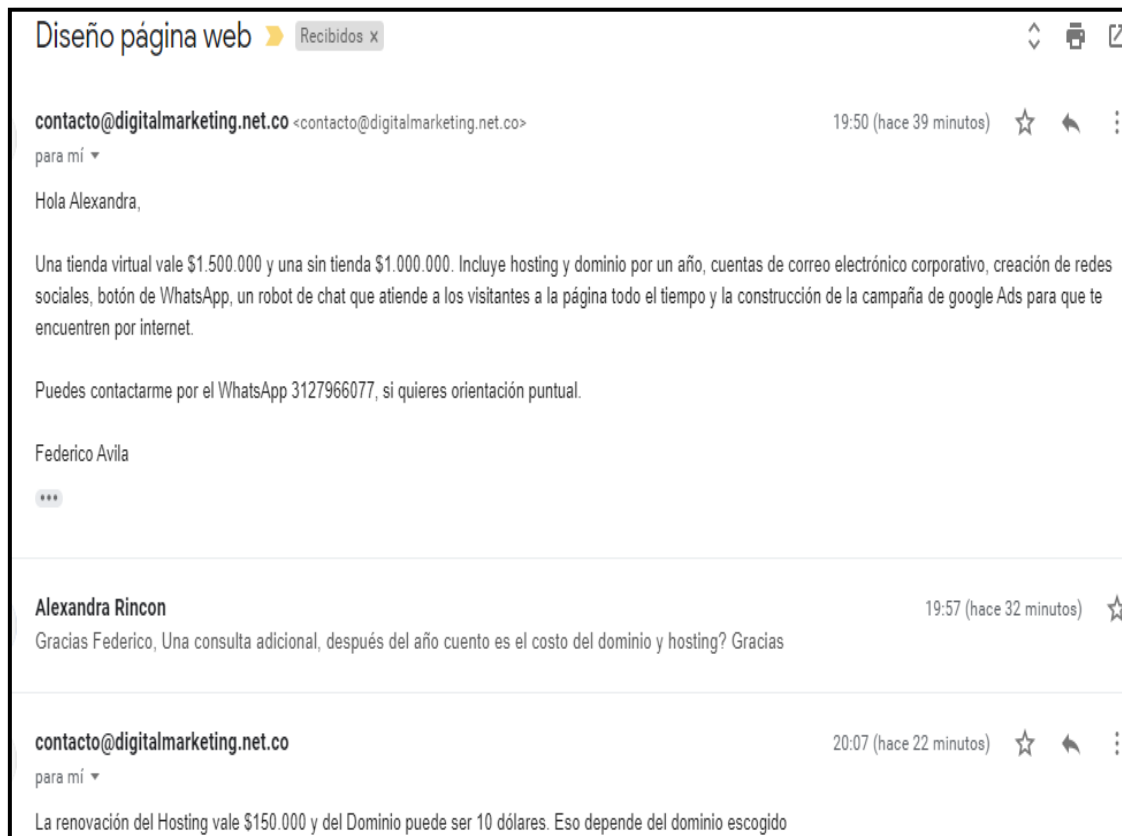
Los valores estimados de esta cotización son:

- Valor Inversión: Desde COP\$2.269.000 **(USD 648,29)**
- Servicio de Hosting y Dominio: COP \$349,900.00 + COP \$109,593.87 + COP \$81,675 = COP\$541.168,87 **(USD\$ 154,62)**

El plan incluye:

- Carrito de compras
- Configuración 20 productos
- Galería de imágenes
- Banners animados
- Autoadministrable 100%
- Habilitación de Chat vía Web
- Enlace a Redes Sociales
- Mapa del Sitio Web
- Ubicación en Google Maps
- Dominios .COM Gratis por 1 Año
- Hosting Empresa Gratis - 1 Año
- Cuentas de Correo Incluidas
- Capacitación Ingreso Contenido

Cotización 2. Digitalmarketing



Los valores estimados de esta cotización son:

- Valor Inversión: Desde \$1.500.000 COP (**USD 428,57**)
- Servicio de Hosting y Dominio: COP\$150.000 -> USD42,86 + USD\$10
= **USD\$52,86 anuales**

Cotización 3. Platinoweb

Esta cotización se realiza con base a los valores publicados en la página web de la empresa. Los valores estimados de esta cotización son:

- Valor Inversión: Desde \$2.200.000 COP (**USD\$ 626,57**)
- Servicio de Hosting y Dominio: Desde **USD\$109 anuales**.

Este plan incluye:

- Diseño de la página web
- Páginas de Contenido 100% autoadministrables.
- Banners con diversos tipos de transiciones dinámicas.
- Permite crear productos de manera ilimitada.
- Permite configurar más de 10 medios de pago.
- Módulo Administrativo de Ventas.
- Módulo Administrativo de Informes.
- Google Analytics.
- Site Map Dinámico.

De acuerdo con las tres cotizaciones, los costos son:

Cotización	Inversión Inicial	Costos anuales
1	USD\$ 648,29	USD\$ 154,62
2	USD\$ 428,57	USD\$ 52,86
3	USD\$ 626,57	USD\$ 109,00

A pesar de que las cotizaciones 2 y 3 son más económicas, se elige la opción 1 por ser la más completa y contar con un número mayor de servicios. Además, de que fue la única que se pudo en contacto constante para responder y ofrecer un servicio adecuado.

Como ninguna de las cotizaciones contaba con IVA, el valor final del proveedor seleccionado incluyendo este impuesto es de: USD\$771,46 y USD\$183,99 respectivamente.

Anexo 10 – Eventos de moda

En Colombia se desarrollan una amplia cantidad de actividades y eventos en torno a la moda y el comercio. En Bogotá, la ciudad elegida como el mercado potencial se pueden encontrar las siguientes:

- **Evento BCapital:** Incluye moda, glamour, tecnología y arte, los asistentes pueden disfrutar de un evento poco convencional y vivir una experiencia más cercana con el mundo de la moda a través del conocimiento. En 2019 se realizó la quinta edición los días 17 y 18 de octubre en el Hotel Tequendama (Bcapital, s.f).
- **Evento Bogotá Fashion Week:** Evento realizado con el fin de promover el desarrollo empresarial de los nuevos talentos y brindar herramientas para su crecimiento. En 2019, se realizó la cuarta versión los días 2, 3 y 4 de abril en el Ágora Bogotá Centro de Convenciones
- **Talleres Cámara de Comercio de Bogotá:** Esta entidad realiza constantes actividades gratuitas que requieren únicamente una inscripción previa. Algunas de estas son, taller de direccionamiento estratégico para la internacionalización para el sector moda, taller marketing / estrategia digital para empresas de moda y taller de implementación de tendencias para el sector moda (Cámara de Comercio de Bogotá, 2019b)

Adicionalmente, también se encuentran las ferias a nivel nacional, que, si bien no influyen directamente en el mercado potencial, sirven de apoyo de promoción para cumplir el objetivo estratégico. Algunas de estas ferias son:

- **Cali Exposhow:** Feria especializada en salud, belleza y moda. Se celebra anualmente en la ciudad de Cali y tiene una duración de 3 días. En el 2020 se realizará del 16 al 18 de septiembre en el Centro de Eventos Valle del Pacífico.

Los datos de contacto e información son:

- Página Web: <http://caliexposhow.com>
- Teléfonos: +57 (2) 898 35 35
- Correo electrónico: comunicaciones@fenalcovalle.com

- **Colombiamoda:** Las diferentes marcas de ropa y complementos de moda se dan cita en Colombiamoda para dar a conocer sus creaciones y generar nuevas oportunidades de negocio con empresas del sector. Esta feria se realiza anualmente en la ciudad de Medellín con una duración de tres días, y cuyo organizador es el Instituto para la exportación y la moda (Inexmoda).

En el 2020 se realizará del 28 al 30 de julio en Plaza Mayor Medellín. Los datos de contacto e información son:

- Página Web: <https://colombiamoda.inexmoda.org.co/>
- Teléfonos: +57 (2) 604 37 00
- Correo electrónico: contactenos@inexmoda.org.co

Anexo 11 – Embalaje internacional

Los incoterms son los términos de negociación usados en el comercio internacional para establecer las responsabilidades y la distribución de los gastos entre comprador y vendedor sobre la mercancía negociada.

Existen 11 términos de negociación. Por un lado, el FAS, FOB, CFR y CIF son los usados para el transporte marítimo y vías navegables interiores, y por el otro, EXW, FCA, CPT, CIP, DAT, DAP y DDP son usados para otros medios de transporte.

INCOTERMS® 2010												
	Modo de transporte	Empaque y embalaje	Carga	Transporte en país de origen	Aduana de Exportación	Manipulación en origen	Transporte internacional	Seguro	Manipulación en destino	Aduana de Importación	Transporte en país de destino	Entrega al comprador
EXW C.M.		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
FCA C.M.		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
FAS Marítimo	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
FOB Marítimo	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
CPT C.M.		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
CIP C.M.		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
CFR Marítimo	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
CIF Marítimo	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
DAT C.M.		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
DAP C.M.		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
DDP C.M.		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

C.M. Cualquier Modo
 ● Vendedor
 ● Comprador

Fuente: INCOTERMS 2010 Cámara de Comercio Internacional

Fuente: (Legiscomex, 2019)

Anexo 12 – Embalaje internacional

Los principales datos para tener en cuenta al momento de calcular el embalaje internacional de la mercancía del trabajo son:

Cantidad de unidades por talla y prenda

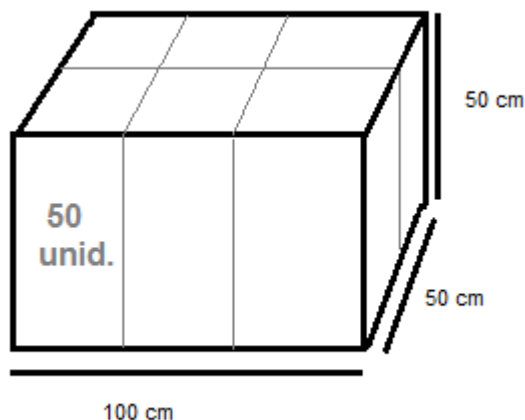
TALLA	T-Shirt	Blusa	Suéter	Total
XS-S-M	2.190	2.190	1.860	6.240
L-XL	1.460	1.460	1.240	4.160
Total	3.650	3.650	3.100	10.400

Peso neto por talla en kilos

TALLAS	T-Shirt	Blusa	Suéter
XS-S-M	0,10	0,14	0,30
L-XL	0,12	0,18	0,35

1. Calculo T-Shirt

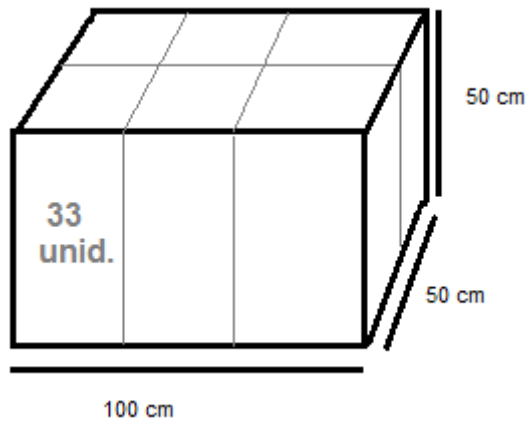
- Medidas SX-S-M: 30*20*1 cm



$50 \text{ unidades} * 6 \text{ columnas} = 300$
unidades por caja

$2.190/300 = 7,4$, lo cual
corresponde a **7** cajas completas
y **90** prendas pendientes

- Medidas L-XL: 33*25*1,5 cm

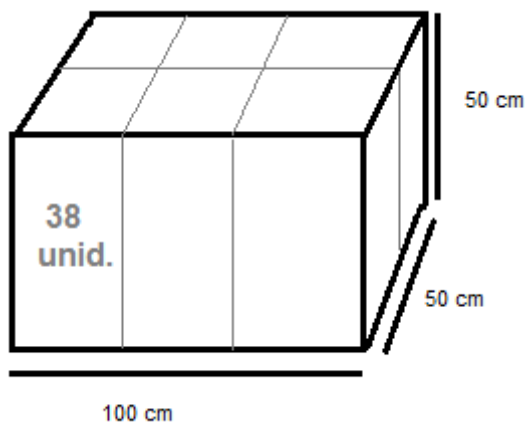


33 unidades * 6 columnas = 198 unidades por caja

$1.460/198= 7,4$, lo cual corresponde a **7** cajas completas y **74** prendas pendientes

2. Calculo Blusas

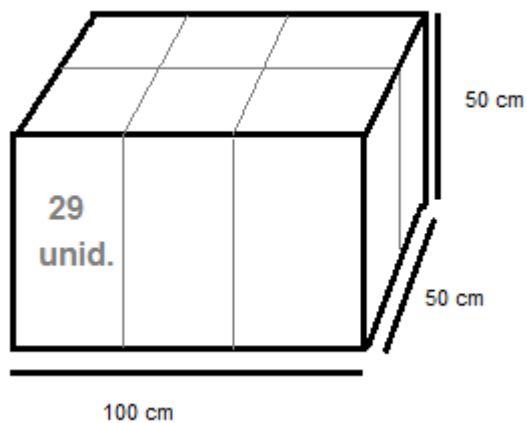
- Medidas SX-S-M: 30*20*1,3 cm



38 unidades * 6 columnas = 228 unidades por caja

$2.190/228= 9,61$, lo cual corresponde a **9** cajas completas y **138** prendas pendientes

- Medidas L-XL: 33*25*1,7 cm

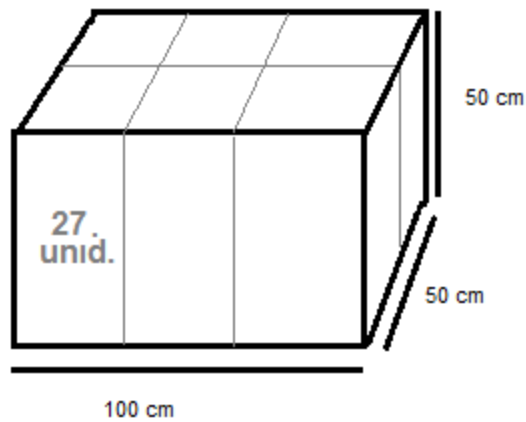


29 unidades * 6 columnas = 174 unidades por caja

$1.460/174= 8,39$, lo cual corresponde a **8** cajas completas y **68** prendas pendientes

3. Calculo Suéteres

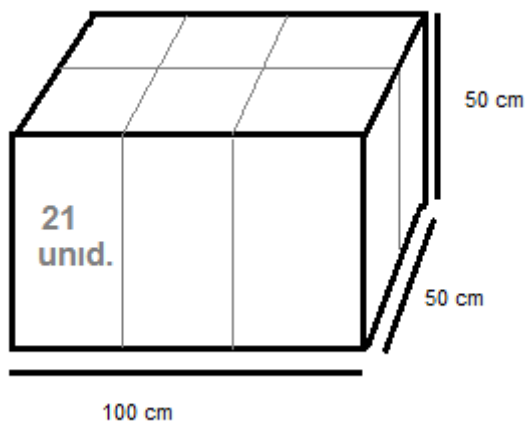
- Medidas SX-S-M: 30*22*1,8 cm



27 unidades * 6 columnas = 162 unidades por caja

$6.240/162= 11,48$, lo cual corresponde a **11** cajas completas y **78** prendas pendientes

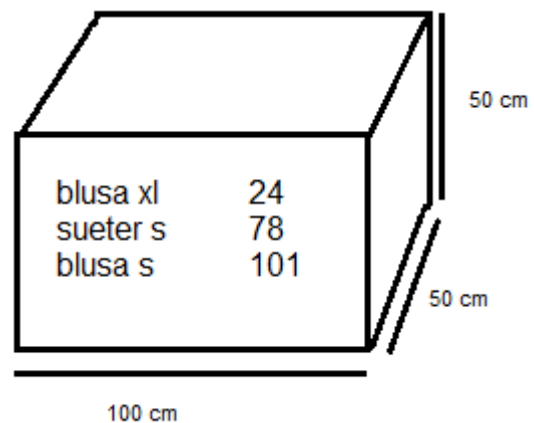
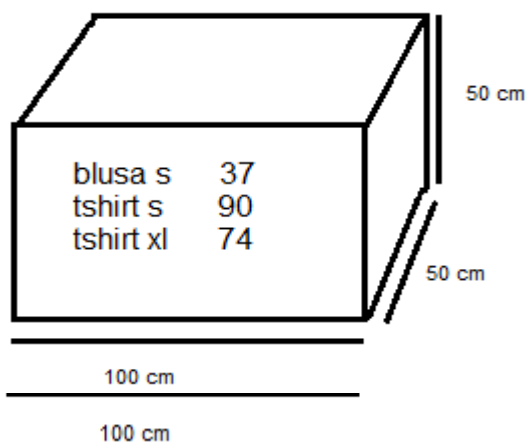
- Medidas L-XL: 33*25*2,3 cm



21 unidades * 6 columnas = 126 unidades por caja

$4.160/126= 9,84$, lo cual corresponde a **9** cajas completas y **106** prendas pendientes

4. Calculo pendientes



El total de cajas a importar son **54 unidades**

5. Calculo peso en kilos

Prenda	Peso por caja	Kilo x caja	Peso bruto	Total de cajas	Total peso bruto
T-shirts (xs-s-m)	300*0,10	30	33	7	231
T-shirts (l-xl)	198*0,12	24	25	7	175
Blusas (xs-s-m)	228*0,14	32	33	9	297
Blusas (l-xl)	174*0,18	31	33	8	264
Suéter (xs-s-m)	162*0,30	49	51	11	561
Suéter (l-xl)	126*0,35	44	46	9	414
Pendiente 1	106*0,35 + 44*0,18	45	46	1	46
Pendiente 2	24*0,18 + 78*0,30 + 101*0,14	42	46	1	46
Pendiente 3	37*0,14 + 90*0,10 + 74*0,12	23	25	1	25
Totales				54	2059

Con base a estos resultados se solicitan las cotizaciones de transporte internacional.

Anexo 13 – Cotización proveedores transporte internacional

Para seleccionar al proveedor que transportara la mercancía y ayudara en los procesos de aduanas, se envían 5 solicitudes de cotizaciones con la información obtenida en el anexo 11. Los datos obtenidos de cada empresa son:

Nombre	Página web	Contacto	Comentario
Alpopular Logística Especializada	https://www.alpopular.com.co	mercadeo@alpopular.com.co	Por capacidad operativa no pueden atender la solicitud.
Dietrich Logistics Colombia	https://www.dietrich-logistics.com.co	pricing@dietrichlogistics.com.co	Se establece comunicación y envían cotización.
Grupo Coex	https://www.grupocoex.co	gerencia@coexnort.com	No se obtiene respuesta
Kargoru	https://kargoru.com	contacto@kargoru.com	Se establece continuo contacto pero después de 2 semanas la empresa no envía cotización.
Grupo Serince	https://www.serincesa.com	portlogistics@serincesa.com	Se establece comunicación y envían cotización.

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los datos obtenidos, se elige a **Dietrich Logistics Colombia** como agencia de transporte internacional.

Alpopular Logística Especializada

RE: PRECAUCION, FAVOR VALIDAR REMITENTE -
Cotización > Recibidos x



Mercadeo Alpopular <mercadeo@alpopular.com... 12 nov. 2019 12:04 (hace 8 días)



para mí ▾

Buenas tardes Alexandra,

No sin antes agradecer su interés de en nuestras soluciones y servicios, es mi deber informar a que por motivos de capacidad operativa en este momento no podemos atender su solicitud; esperamos en una próxima ocasión poder apoyar su organización.

Slds,

Equipo de Mercadeo


alpopular

Logística Especializada

Calle 26 No.96 J-66 Piso 6
Bogotá, Colombia
7426000 Ext. 65921
mercadeo@alpopular.com.co
www.alpopular.com.co

Síguenos en:



		DIETRICH - LOGISTICS	
		CODIGO GC-FO-004	V.01 / Octubre 03 de 2016
COT-DLOG191113-18		IMPORTACION MARITIMA	FECHA ELABORACION 13-nov-19
COT-DLOG191113-18		FECHA VIGENCIA 25-nov-19	
INFORMACION GENERAL			
CONTACTO SRA. ALEXANDRA R. CHINA - COLOMBIA MARITIMO GUANGZHOU BUENAVENTURA 54 CAJAS 2059 Kg 13,50 CBM VOLUMEN FOB USD 82.291,50 VALOR DE LA CARGA CARGA GENERAL DESCRIPCION DE LA CARGA FORMA DE PAGO CONTADO			

Nos es grato cotizar a usted (s) los servicios que se detallan a continuacion:

COTIZACION TRANSPORTE MARITIMO INTERNACIONAL			
TARIFA FLETE MARITIMO			
ORIGEN (POL)	DESTINO (POD)	T-T	FRECUENCIA
GUANGZHOU	BUENAVENTURA	40 dias aprox	SEMANTAL
		FLETE T/M3	FLETE MARITIMO USD
		USD 33,00 T/M3	USD 445,50

Seguro internacional*
 0,30% sobre el valor de la carga+flete internacional + Gastos en Origen Min. USD 55,00
TOTAL ADMINISTRACION RIESGO USD 248,21

COSTOS EN DESTINO
 USD 80,00
 USD 15,00 T/M3 MIN USD 55,00
 USD 100,00
 4% sobre valor del flete + gastos en origen MIN. USD 40,00

AGENCIAMIENTO DE IMPORTACION
 0,32% Sobre valor FOB Min COP 350.000
 COP 20.000 por partida
 COP 20.000 por partida
 COP 5.000 por partida
 COP 90.000 c/u
 COP 55.000 AL COSTO
 AL COSTO

TRANSPORTE NACIONAL BUN - BOG
 COP 1.550.000

TRANSPORTE NACIONAL RIUN - BOG



QUOTATION RATE

N° de cotización: QRP-19-0299
 Fecha: 15/11/2019
 Cliente: ALEXANDRA RINCON
 Tipo de carga: GENERAL
 INCOTERM: FOB
 Frecuencia: SEMANAL
 Servicio: DIRECTO
 Vigencia: 30/11/2019

SERVICE	PACKAGE TYPE	FROM	TO	TRANSIT TIME (Aprox)	UNIT PRICE	QTY	AMOUNT
A cargo del Proveedor							
Subtotal Origin Charges: USD 00,00							
Ocean freight / Flete marítimo	TON/m ³	Guangzhou (CH)	Buenaventura (CO)	32 Días Aprox	USD 55,00 TON/m ³	13,50 m ³	USD 742,50
BL Fee					MIN USD 100,00	1	USD 80,00
Subtotal freight: USD 822,50							
Manejo portuario	HBL				USD 100,00	1	USD 100,00
Desconsolidación	TON/m ³				USD 15,00 TON/m ³	13,50 m ³	USD 202,50
Handling	TON/m ³				MIN USD 60,00	13,50 m ³	USD 202,50
Doc Fee	HBL				USD 15,00 TON/m ³	13,50 m ³	USD 202,50
Radicación y liberación	HBL				MIN USD 150,00	1	USD 50,00
Subtotal destination charges: USD 605,00							
Total: USD 1.427,50							
SERVICE	PACKAGE TYPE	FROM	TO	TRANSIT TIME (Aprox)	UNIT PRICE	QTY	AMOUNT
Agenciamiento Aduanero							\$950,000
Gastos Portuarios							Al Costo
Tributos							Al Costo
Transporte Nacional							\$1.000.000
GASTOS EN COLOMBIA: \$1.950.000+ Gastos Portuarios + Tributos Aduaneros							

Anexo 14 – Costos por partidas arancelaria

En este anexo se detallan los costos desde el lugar de origen hasta el lugar de destino de cada una de las prendas importadas.

Costo de las blusas

Concepto	Blusa			
	LTY16- B0022	LTY18- B0021	LH16- B21	LTY16- B0011
FOB	USD 5.535,00	USD 6.428,75	USD 6.210,00	USD 6.660,00
Flete internacional	USD 37,13	USD 37,13	USD 37,13	USD 37,13
CFR	USD 5.572,13	USD 6.465,88	USD 6.247,13	USD 6.697,13
Seguro Internacional 0,30%	USD 16,72	USD 19,40	USD 18,74	USD 20,09
CIF	USD 5.588,84	USD 6.485,27	USD 6.265,87	USD 6.717,22
Handling	USD 6,67	USD 6,67	USD 6,67	USD 6,67
Desconsolidación	USD 16,88	USD 16,88	USD 16,88	USD 16,88
Radicación	USD 8,33	USD 8,33	USD 8,33	USD 8,33
Collet Fee	USD 3,33	USD 3,33	USD 3,33	USD 3,33
Agenciamiento aduanero (0,32%) sobre FOB)	USD 17,71	USD 20,57	USD 19,87	USD 21,31
Gastos documentación	USD 8,59	USD 8,59	USD 8,59	USD 8,59
Transporte hasta depósito	USD 36,91	USD 36,91	USD 36,91	USD 36,91
Arancel 10% Sobre CIF	USD 558,88	USD 648,53	USD 626,59	USD 671,72
Impuesto 3usd por kilo bruto	USD 447,00	USD 447,00	USD 447,00	USD 447,00
DDP	USD 6.693,14	USD 7.682,07	USD 7.440,02	USD 7.937,95
IVA (19%)	USD 1.168,07	USD 1.355,42	USD 1.309,57	USD 1.403,90
Total	USD 7.861,20	USD 9.037,49	USD 8.749,59	USD 9.341,85

Costo de los suéteres

Concepto	Suéter			
	LTYH03	LTYH01	WLB-2016H01	LTYH124
FOB	USD 8.959,00	USD 8.486,25	USD 9.230,25	USD 6.107,00
Flete internacional	USD 37,13	USD 37,13	USD 37,13	USD 37,13
CFR	USD 8.996,13	USD 8.523,38	USD 9.267,38	USD 6.144,13
Seguro Internacional 0,30%	USD 26,99	USD 25,57	USD 27,80	USD 18,43
CIF	USD 9.023,11	USD 8.548,95	USD 9.295,18	USD 6.162,56
Handling	USD 6,67	USD 6,67	USD 6,67	USD 6,67
Desconsolidación	USD 16,88	USD 16,88	USD 16,88	USD 16,88
Radicación	USD 8,33	USD 8,33	USD 8,33	USD 8,33
Collet Fee	USD 3,33	USD 3,33	USD 3,33	USD 3,33
Agenciamiento aduanero (0,32%) sobre FOB)	USD 28,67	USD 27,16	USD 29,54	USD 19,54
Gastos documentación	USD 8,59	USD 8,59	USD 8,59	USD 8,59
Transporte hasta depósito	USD 36,91	USD 36,91	USD 36,91	USD 36,91
Arancel 10% Sobre CIF	USD 902,31	USD 854,89	USD 929,52	USD 616,26
Impuesto 3usd por kilo bruto	USD 778,50	USD 778,50	USD 778,50	USD 778,50
DDP	USD 10.813,29	USD 10.290,19	USD 11.113,43	USD 7.657,55
IVA (19%)	USD 1.885,83	USD 1.786,73	USD 1.942,69	USD 1.287,97
Total	USD 12.699,12	USD 12.076,92	USD 13.056,12	USD 8.945,53

Costos de los T-shirt

Concepto	T-Shirt			
	LTY16-T0027	JP2015 T156	JP2015 T68	LTY16-T0028
FOB	USD 5.013,00	USD 8.223,25	USD 5.445,00	USD 5.994,00
Flete internacional	USD 37,13	USD 37,13	USD 37,13	USD 37,13
CFR	USD 5.050,13	USD 8.260,38	USD 5.482,13	USD 6.031,13
Seguro Internacional 0,30%	USD 15,15	USD 24,78	USD 16,45	USD 18,09
CIF	USD 5.065,28	USD 8.285,16	USD 5.498,57	USD 6.049,22
Handling	USD 6,67	USD 6,67	USD 6,67	USD 6,67
Desconsolidación	USD 16,88	USD 16,88	USD 16,88	USD 16,88
Radicación	USD 8,33	USD 8,33	USD 8,33	USD 8,33
Collet Fee	USD 3,33	USD 3,33	USD 3,33	USD 3,33
Agenciamiento aduanero (0,32%) sobre FOB)	USD 16,04	USD 26,31	USD 17,42	USD 19,18
Gastos documentación	USD 8,59	USD 8,59	USD 8,59	USD 8,59
Transporte hasta depósito	USD 36,91	USD 36,91	USD 36,91	USD 36,91
Arancel 10% Sobre CIF	USD 506,53	USD 828,52	USD 549,86	USD 604,92
Impuesto 3usd por kilo bruto	USD 318,75	USD 318,75	USD 318,75	USD 318,75
DDP	USD 5.987,29	USD 9.539,43	USD 6.465,30	USD 7.072,77
IVA (19%)	USD 1.058,64	USD 1.731,60	USD 1.149,20	USD 1.264,29
Total	USD 7.045,94	USD 11.271,03	USD 7.614,50	USD 8.337,06

Anexo 15 – Gastos generales

La puesta en marcha del trabajo incurre además de los gastos de importación, algunos gastos generales. Estos gastos son:

Concepto	Engativá	Teusaquillo
Alquiler	 <p>https://www.metrocuadrado.com/inmueble/arriendo-local-comercial-bogota-el-palmar/2361-84865</p> <p>USD 371,43</p>	 <p>https://www.metrocuadrado.com/inmueble/venta-local-comercial-bogota-teusaquillo/3673-554</p> <p>USD 531,80</p>
Internet	 <p>https://fibratizate.com</p> <p>USD 23,11</p>	
Servicios Públicos	USD 43,62 (Alcaldía mayor de Bogotá, 2017)	USD 55,60 (Alcaldía mayor de Bogotá, 2017)
Útiles	Resma de hojas ecológicas x 2: USD 7,14 Lapiceras Bic x 12: USD 4,29 Resaltadores x 12: USD 4,51	
Publicidad	Tarjetas: anexo 8 Bolsas: anexo 6	
Salarios	Los sueldos de los vendedores se basan en el salario mínimo legal vigente de Colombia en 2019, estableciendo el valor al monto cerrado más próximo. Y los sueldos del gerente y contador se distribuyen igual de los gastos de publicidad con base al local, Engativá (75%) y Teusaquillo (25%), estos porcentajes se establecen de acuerdo con la cantidad de demanda en cada localidad.	

Anexo 16 – Características de las sociedades jurídicas en Colombia

En Colombia existen 8 formas de crear una empresa bajo la modalidad jurídica.

Estas formas son:

Sociedades Colectivas

Característica	Definición
Responsabilidad	Los socios responden solidaria e ilimitadamente por las operaciones sociales.
Compañías socias	Cualquier sociedad mercantil podrá formar parte de la sociedad, siempre y cuando lo decida la asamblea por unanimidad.
Exclusión	El socio que retire cualquier clase de bienes de la sociedad o que utilice la firma social en negocios ajenos a ella, podrá ser excluido de la compañía, perdiendo su aporte y debiendo indemnizarla si fuere el caso.
Razón Social	Se forma exclusivamente con el nombre completo o el solo apellido de alguno o algunos de los socios seguido de las expresiones “y compañía”, “hermanos”, “e hijos”, u otras análogas.
Administración	Corresponde a todos y a cada uno de los socios, y aun delegada los socios tendrán derecho de inspeccionar los libros y papeles de la sociedad en cualquier tiempo.
Causales de disolución	<ul style="list-style-type: none"> • Por muerte de alguno de los socios si no estipula su continuación con uno o más de los herederos. • Por declaración de quiebra, renuncia o retiro justificado de alguno de los socios, si los demás no adquieren su interés social o no aceptan la cesión a un tercero.

Fuente: Elaboración propia, con base al código de comercio de Colombia (1971).

Sociedades Comanditas

Característica	Comandita Simple	Comandita por acciones
Responsabilidad	Se forma entre uno o más socios que se comprometen de forma ilimitada a responder por las operaciones (socios gestores o colectivos), y por otro o varios que limitan su responsabilidad a sus aportes (socios comanditarios).	
Razón Social	Se formará con el nombre completo o el solo apellido de uno o más socios colectivos y se agregará la expresión "y compañía" o la abreviatura "& Cía."	
Administración	Está a cargo de los socios colectivos, quienes podrán ejercerla directamente o por sus delegados, con sujeción a lo previsto para la sociedad colectiva	
Distribución de utilidades	Las utilidades sociales se distribuyen entre los socios gestores y comanditarios como se estipule en el contrato.	
Constitución	La escritura se otorga a todos los socios colectivos, con o sin intervención de los comanditarios; eso sí, expresando el nombre, domicilio y nacionalidad de éstos, así como las aportaciones que haga cada uno de los asociados.	No es necesario que intervengan los socios comanditarios, pero en la escritura se expresa el nombre, domicilio, nacionalidad, número de acciones, y su valor nominal. No se podrá constituir con menos de cinco accionistas.
Cesión	Se realizan por escritura pública, registrando está en el registro mercantil.	
Disolución	La sociedad se disuelve por pérdidas que reduzcan el capital a la tercera parte o menos.	La sociedad se disuelve cuando ocurran pérdidas que reduzcan el patrimonio neto a menos del 50% del capital suscrito.

Fuente: Elaboración propia, con base al código de comercio de Colombia (1971).

Sociedades Limitadas

Característica	Definición
Responsabilidad	Los socios responden hasta el monto de sus aportes.
Capital	Se paga íntegramente al constituirse la compañía.
Socios	Los socios no exceden de 25 personas.
Razón Social	La sociedad gira bajo una denominación o razón social, en ambos casos seguida de la palabra "limitada" o de su abreviatura "Ltda".
Decisiones	En la junta de socios cada uno tiene tantos votos cuantas cuotas posea en la compañía.
Inspección	Los socios tienen derecho a examinar en cualquier tiempo, la contabilidad de la sociedad, los libros de registro de socios y de actas y en general todos los documentos de la compañía.
Disolución	La compañía se disuelve cuando ocurran pérdidas que reduzcan el capital por debajo del 50% o cuando el número de socios exceda de veinticinco.
Representación	La representación de la sociedad y la administración de los negocios sociales corresponde a todos y a cada uno de los socios.

Fuente: Elaboración propia, con base al código de comercio de Colombia (1971).

Sociedades Mixtas

Característica	Definición
Aportes	Se constituye con aportes estatales y privados; Cuando el aporte estatal es del 90% o más del capital social, la sociedad se somete a las disposiciones previstas para las empresas industriales o comerciales del Estado.
Acciones	Cuando se trate de anónimas, serán nominativas y se emite en series distintas para los accionistas particulares y las autoridades.

Fuente: Elaboración propia, con base al código de comercio de Colombia (1971).

Sociedades Unipersonales

Característica	Definición
Accionista	Una persona natural o jurídica, podrá destinar parte de sus activos para la realización de una o varias actividades de carácter mercantil.
Constitución	Se crea mediante documento escrito

Fuente: Elaboración propia, con base a la Ley 222 de 1995

Sociedad por acciones simplificada

Característica	Definición
Socios	Se constituye por una o varias personas naturales o jurídicas.
Responsabilidad	Su responsabilidad es limitada, es decir, solo son responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.
Constitución	Se crea mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal.
Pago del Capital	La suscripción y pago del capital se hace en condiciones, proporciones y plazos distintos de los previstos en las normas contempladas en el Código de Comercio, sin exceder los dos años.
Junta directiva	No está obligada a tener junta directiva, salvo previsión estatutaria en contrario.
Reformas	Las reformas estatutarias se aprueban por la asamblea, con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva reunión.

Fuente: Elaboración propia, con base a la Ley 1258 de 2008

Sociedades Anónimas

Característica	Definición
Accionistas	No podrá constituirse ni funcionar con menos de cinco accionistas y no establece un límite máximo.
Capital	Se divide en acciones de igual valor que se representarán en títulos negociables. El capital se divide en autorizado, suscrito y pagado.
Títulos	Debe expedirse por la a cada suscriptor de acciones un título o títulos que justifiquen su calidad de tal, pero mientras la acción no esté cubierta totalmente, se entrega un certificado provisional.
Decisiones	Para aprobar reformas estatutarias se debe fijar un quórum, de no ser así, se vota entre los accionistas y obteniendo más un de un 70% a favor.
Junta Directiva	La sociedad está obligada a tener una junta directiva conformada con mínimo tres miembros con sus respectivos suplentes.
Representante Legal	La sociedad tendrá por lo menos un representante legal, con uno o más suplentes, designados por la junta directiva para períodos determinados.
Revisor Fiscal	La sociedad está obligada a tener revisores fiscales, quienes deberán ser designados por la asamblea general de accionistas.

Fuente: Elaboración propia, con base al código de comercio de Colombia (1971).

Anexo 17 – Tramite solicitud del RUT

El Registro Único Tributario es el mecanismo de la DIAN para identificar y clasificar a las personas y entidades contribuyentes del impuesto de renta. Este tramite se puede realizar de forma presencial o por medio de servicios electrónicos. Si se realiza de forma presencial se puede consultar el listado de las administraciones de la entidad en el siguiente enlace (<https://www.dian.gov.co/atencionciudadano/contactenos/Paginas/PuntosContacto.aspx>), si por el contrario, si se realiza por medio electrónico, se debe ingresar a la página de la DIAN y seguir los siguientes pasos:

- a) Ingresar a <https://www.dian.gov.co>
- b) Seleccionar otros servicios
- c) Seleccionar RUT – Cámara de comercio
- d) Seleccionar Cámara de comercio
- e) Ingresar el código y seleccionar continuar

Si no tiene nit generado y no tiene borrador, de click en continuar.



- f) El sistema arroja un formulario que se debe diligenciar en su totalidad.
- g) Al completar el formulario, seleccionar borrador (guarda la información temporalmente), PDF (genera la inscripción), enviar (remite el formulario a la DIAN) o salir (cierra sesión).

Nota: Después de la verificación se asigna el NIT y se imprime una copia del formulario RUT para continuar con el trámite del registro mercantil.

		Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal				001																				
2. Concepto <input type="checkbox"/> 1 Inscripción Espacio reservado para la DIAN				4. Número de formulario																						
5. Número de Identificación Tributaria (NIT):		6. DV: -		12. Dirección seccional		14. Buzón electrónico																				
IDENTIFICACION																										
24. Tipo de contribuyente:		25. Tipo de documento:		26. Número de identificación:		27. Fecha expedición:																				
Lugar de expedición		28. País:		29. Departamento:		30. Ciudad/Municipio:																				
31. Primer apellido		32. Segundo apellido		33. Primer nombre		34. Otros nombres																				
35. Razón social:																										
36. Nombre comercial:				37. Sigla:																						
UBICACION																										
38. País: Colombia		39. Departamento: 169		40. Ciudad/Municipio:																						
41. Dirección principal																										
42. Correo electrónico:		43. Código postal		44. Teléfono 1:		45. Teléfono 2:																				
CLASIFICACION																										
Actividad económica				Ocupación																						
Actividad principal		Actividad secundaria		Otras actividades		52. Número establecimientos																				
46. Código:	47. Fecha inicio actividad:	48. Código:	49. Fecha inicio actividad:	50. Código:	1	2	51. Código:																			
Responsabilidades, Calidades y Atributos																										
53. Código:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
Obligados aduaneros										Exportadores																
54. Código:					55. Forma:					56. Tipo:																
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	57. Modo:					58. CPC:											
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20																	
IMPORTANTE: Sin perjuicio de las actualizaciones a que haya lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario -RUT-, tendrá vigencia indefinida y en consecuencia no se exigirá su renovación								Para uso exclusivo de la DIAN																		
59. Anexos: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>				60. No. de Folios:				61. Fecha:																		
La información suministrada a través del formulario oficial de inscripción, actualización, suspensión y cancelación del Registro Único Tributario (RUT), deberá ser exacta y veraz, en caso de constatar inexactitud en alguno de los datos suministrados se adelantarán los procedimientos				Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice.				Firma autorizada:																		
Parágrafo del artículo 1.6.1.2.20 del Decreto 1625 de				Firma del solicitante:				984. Nombre																		
Firma del solicitante:				Firma del solicitante:				985. Cargo:																		

Fuente: DIAN, 2019

El Registro Único Empresarial y Social es un formulario que integra la información del registro mercantil y el registro de proponentes de la Cámara de Comercio. Este formulario se puede adquirir de dos formas:

- En forma impresa en cualquier punto de atención de la cámara de comercio.
- Descarga en línea desde la página de la Cámara de Comercio de Bogotá.

Enlace <https://www.ccb.org.co/Tramites-y-Consultas/Mas-informacion/Formulario-del-Registro-Unico-Empresarial-y-Social-RUES>.

Para visualizar el formulario ver anexo 10.

Nota: Se debe imprimir una copia del formulario para realizar el trámite del registro mercantil

Anexo 19– Tarifas de matrículas y renovaciones 2019

Las tarifas expresadas en la siguiente imagen corresponden a los costos de matrícula de los comerciales y a la renovación en el registro público mercantil.

MATRÍCULAS Y RENOVACIONES											
(Decreto 1074 del 26 de mayo de 2015)											
La matrícula de los comerciantes o su renovación en el registro público mercantil, causará anualmente los derechos liquidados sobre el total de activos que a continuación se indican:											
RANGO DE ACTIVOS		RANGO DE ACTIVOS		TARIFAS	TARIFAS	RANGO DE ACTIVOS		RANGO DE ACTIVOS		TARIFAS	TARIFAS
En salarios mínimos		Pesos		%S.M.M.L.V.	En \$	En salarios mínimos		Pesos		%S.M.M.L.V.	En \$
Mayor a	Menor o Igual	Mayor a	Menor o Igual			Mayor a	Menor o Igual	Mayor a	Menor o Igual		
0	2	0	1.656.232	5,24	\$ 43.000	280	297	231.872.480	245.950.452	146,50	\$ 1.213.000
2	4	1.656.232	3.312.464	7,34	\$ 61.000	297	316	245.950.452	261.684.656	148,95	\$ 1.233.000
4	5	3.312.464	4.140.580	9,79	\$ 81.000	316	332	261.684.656	274.934.512	151,05	\$ 1.251.000
5	7	4.140.580	5.796.812	10,84	\$ 90.000	332	350	274.934.512	289.840.600	154,20	\$ 1.277.000
7	9	5.796.812	7.453.044	12,94	\$ 107.000	350	524	289.840.600	433.932.784	159,44	\$ 1.320.000
9	11	7.453.044	9.109.276	14,68	\$ 122.000	524	700	433.932.784	579.681.200	166,08	\$ 1.375.000
11	12	9.109.276	9.937.392	16,08	\$ 133.000	700	875	579.681.200	724.601.500	171,33	\$ 1.419.000
12	14	9.937.392	11.593.624	17,83	\$ 148.000	875	1.050	724.601.500	869.521.800	175,52	\$ 1.454.000
14	16	11.593.624	13.249.856	20,28	\$ 168.000	1.050	1.224	869.521.800	1.013.613.984	179,02	\$ 1.482.000
16	18	13.249.856	14.906.088	22,38	\$ 185.000	1.224	1.399	1.013.613.984	1.158.534.284	181,82	\$ 1.506.000
18	19	14.906.088	15.734.204	23,78	\$ 197.000	1.399	1.574	1.158.534.284	1.303.454.584	183,92	\$ 1.523.000
19	21	15.734.204	17.390.436	25,52	\$ 211.000	1.574	1.748	1.303.454.584	1.447.546.768	186,01	\$ 1.540.000
21	23	17.390.436	19.046.668	26,92	\$ 223.000	1.748	2.098	1.447.546.768	1.737.387.368	188,46	\$ 1.561.000
23	25	19.046.668	20.702.900	28,67	\$ 237.000	2.098	2.448	1.737.387.368	2.027.227.968	191,26	\$ 1.584.000
25	26	20.702.900	21.531.016	30,77	\$ 255.000	2.448	2.797	2.027.227.968	2.316.240.452	193,36	\$ 1.601.000
26	28	21.531.016	23.187.248	31,82	\$ 264.000	2.797	3.147	2.316.240.452	2.606.081.052	194,75	\$ 1.613.000
28	30	23.187.248	24.843.480	33,57	\$ 278.000	3.147	3.497	2.606.081.052	2.895.921.652	196,85	\$ 1.630.000
30	31	24.843.480	25.671.596	35,66	\$ 295.000	3.497	5.245	2.895.921.652	4.343.468.420	200,35	\$ 1.659.000
31	33	25.671.596	27.327.828	37,41	\$ 310.000	5.245	6.993	4.343.468.420	5.791.015.188	205,94	\$ 1.705.000
33	35	27.327.828	28.984.060	38,81	\$ 321.000	6.993	8.741	5.791.015.188	7.238.561.956	212,94	\$ 1.763.000
35	52	28.984.060	43.062.032	45,45	\$ 376.000	8.741	10.490	7.238.561.956	8.686.936.840	218,88	\$ 1.813.000
52	70	43.062.032	57.968.120	54,54	\$ 452.000	10.490	12.238	8.686.936.840	10.134.483.608	220,98	\$ 1.830.000
70	87	57.968.120	72.046.092	63,99	\$ 530.000	12.238	13.986	10.134.483.608	11.582.030.376	223,78	\$ 1.853.000
87	105	72.046.092	86.952.180	73,43	\$ 608.000	13.986	15.734	11.582.030.376	13.029.577.144	226,92	\$ 1.879.000
105	123	86.952.180	101.858.268	83,57	\$ 692.000	15.734	17.483	13.029.577.144	14.477.952.028	231,47	\$ 1.917.000
123	140	101.858.268	115.936.240	93,01	\$ 770.000	17.483	34.965	14.477.952.028	28.955.075.940	244,06	\$ 2.021.000
140	158	115.936.240	130.842.328	103,15	\$ 854.000	34.965	69.930	28.955.075.940	57.910.151.880	245,10	\$ 2.030.000
158	175	130.842.328	144.920.300	113,29	\$ 938.000	69.930	104.895	57.910.151.880	86.865.227.820	246,15	\$ 2.038.000
175	192	144.920.300	158.998.272	131,47	\$ 1.089.000	104.895	139.860	86.865.227.820	115.820.303.760	246,85	\$ 2.044.000
192	210	158.998.272	173.904.360	133,92	\$ 1.109.000	139.860	174.825	115.820.303.760	144.775.379.700	247,55	\$ 2.050.000
210	228	173.904.360	188.810.448	136,36	\$ 1.129.000	174.825	349.650	144.775.379.700	289.550.759.400	248,25	\$ 2.056.000
228	245	188.810.448	202.888.420	138,81	\$ 1.150.000	349.650	699.300	289.550.759.400	579.101.518.800	251,05	\$ 2.079.000
245	262	202.888.420	216.966.392	141,61	\$ 1.173.000	699.300	874.125	579.101.518.800	723.876.898.500	256,99	\$ 2.128.000
262	280	216.966.392	231.872.480	143,71	\$ 1.190.000	874.125	En Adelante	723.876.898.500	En Adelante	259,79	\$ 2.151.000

Anexo 20– Tramite facturación electrónica

El emprendedor puede elegir realizar las facturas electrónicas por medio de un proveedor tecnológico o por medio del servicio web gratuito que dispone la DIAN para facilitar la expedición a micro y pequeñas empresas. Los pasos para iniciar la facturación electrónica de la empresa creada con el sistema gratuito de la DIAN son:

1. Crear cuenta

Los emprendedores deben ingresar a la página de la DIAN y seleccionar portal transaccional / Usuario Nuevo. Después, debe completar los tres datos solicitados y hacer clic en habilitar mi cuenta. Al final, el sistema solicitará ingresar una contraseña y crear la cuenta solicitada.

Tipo de documento del usuario:	<input type="text" value="Cédula de ciudadanía"/>
Número de documento:	<input type="text"/>
Fecha de expedición documento de identificación (AAAAMMdd):	<input type="text"/>

2. Habilitación

El emprendedor debe ingresar a la página de la DIAN y seleccionar el módulo habilitación <https://catalogo-vpfe-hab.dian.gov.co/User/Login>.

Administrador	<input type="text" value="NIT"/>
Empresa	<input type="text" value="N° documento representante leg:"/>
Persona	<input type="text" value="NIT empresa"/>
Certificado	<input type="button" value="Entrar"/>

Se debe seleccionar empresa, completar los datos y hacer clic en entrar. El sistema enviará un correo electrónico al mail registrado con un enlace para continuar el registro.

Al continuar, se debe seleccionar facturador, verificar que el estado de aprobación este como pendiente de registro y seleccionar registrar. El sistema volverá a enviar un correo electrónico con un nuevo enlace para ingresar al sistema.

Finalmente, al ingresar nuevamente se debe verificar que el estado de aprobación este como registrado.

3. Rango de numeración

El emprendedor debe ingresar a la página de la DIAN con el usuario anteriormente creado y seleccionar numeración de facturación. Aquí se debe seleccionar habilitar rangos y continuar bajo la opción prefijo (el sistema determina el prefijo y el emprendedor indicará el rango desde el cual se va a iniciar y terminar la numeración).

Posteriormente, se confirma la operación y se selecciona borrador y aceptar. El sistema genera el formato 1302 correspondiente a la solicitud sobre numeración de facturación y se deberá seleccionar aceptar y definitivo.

Después se debe seleccionar firmar autorización numeración de facturación (para micro y pequeñas empresas se podrá generar de forma gratuita de lo contrario se debe adquirir un certificado digital ante una entidad autorizada por la ONAC (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, s.f).

Finalmente, se genera el documento oficial 1876 correspondiente a la autorización de numeración con la marca de agua AUTORIZADO.

4. Servicio de facturación DIAN

El emprendedor (representante legal) debe ingresar a la página de la DIAN, seleccionar el módulo facturación gratuita <https://facturaciongratuita.dian.gov.co/Account/Login?ReturnUrl=%2F> y registrar usuario. Aquí, se deben completar los datos que indica el formulario y una vez diligenciada toda la información seleccionar registrar. Si los datos son correctos el sistema envía un correo electrónico confirmando el registro y se debe ingresar nuevamente al módulo con el usuario y la contraseña creada.

Al ingresar, el primer paso es la configuración del certificado de firma digital. Si el emprendedor ya cuenta con un certificado deberá ingresar a cargar certificado digital y seguir los pasos indicados por el sistema. Si no se cuenta con un certificado se debe realizar el siguiente procedimiento:

Paso	Procedimiento
¿Ya tiene certificado?	No: Seleccionar <u>solicitar certificado digital</u> (Solo se puede solicitar si la empresa se clasifica como pyme).
Formulario de validación	Cargar los datos y archivos que se solicitan y pulsar <u>enviar</u> (el sistema valida los datos de la empresa y envía un correo electrónico con el resultado)
Validación en proceso	Si la solicitud es rechazada se debe adquirir el certificado por medio de un proveedor tecnológico. Si la solicitud es aceptada, se continua el proceso haciendo clic en el enlace <u>formulario de certificado digital</u> .
Formulario solicitud	Se deben cargar los datos solicitados y hacer clic en <u>enviar</u> .
Solicitud en proceso	La solicitud queda en proceso hasta que se valida la información y es aceptada.

Fuente: Elaboración propia con base a DIAN (s.f)

El segundo paso es la carga del certificado al sistema, cuando la solicitud del certificado es aprobada llegan por correo electrónico los siguientes enlaces:

- Archivo PEM: Es un documento enviado por la entidad certificadora con los pasos para descargar el archivo que luego debe cargarse al sistema de la DIAN.
- Carga de certificado: En este enlace se debe cargar el archivo PEM y posteriormente seleccionar adicionar certificado para que quede almacenado en el aplicativo.

5. Facturación DIAN

Los pasos para realizar la factura electrónica son:

- Ingresar con usuario y contraseña al módulo de facturación gratuita.
- Seleccionar Facturación
- Seleccionar Factura Electrónica
- Diligenciar los campos solicitados.
 - Datos del documento (Fecha, forma de pago, prefijo)
 - Datos del emisor (datos de la empresa ya cargados)
 - Datos del receptor (datos del cliente)
 - Detalle de productos (El listado se carga previamente para ser seleccionados en este apartado)
 - Datos referencia (documentos anexos como órdenes de compra, pedido, entre otros)
 - Datos totales (se seleccionar validar y visualizar)
- Seleccionar firmar y guardar para terminar la factura.

Anexo 21– Proyección de costos

A continuación se detalla la proyección de unidades y costos trimestrales de la importación para el desarrollo del trabajo.

Las variables tenidas en cuenta para el cálculo de las proyecciones son:

- 2,00% -> Aumento trimestral de las unidades (detalles, tabla 19).
- 0,63% -> Aumento trimestral de los costos con base a la inflación del IPC en China en lo corrido del 2019.

Referencia		Proyección de unidades importadas			
		1 Trim.	2 Trim.	1 Trim.	2 Trim.
Blusa	LTY16-B0022	,9000	,9180	,9364	,9551
	LTY18-B0021	,9250	,9435	,9624	,9816
	LH16-B21	,9000	,9180	,9364	,9551
	LTY16-B0011	,9250	,9435	,9624	,9816
Suéter	LTYH03	,7750	,7905	,8063	,8224
	LTYH01	,7750	,7905	,8063	,8224
	WLB-2016H01	,7750	,7905	,8063	,8224
	LTYH124	,7750	,7905	,8063	,8224
T-Shirt	LTY16-T0027	,9000	,9180	,9364	,9551
	JP2015T156	,9250	,9435	,9624	,9816
	JP2015T68	,9000	,9180	,9364	,9551
	LTY16-T0028	,9250	,9435	,9624	,9816

Valores expresados en miles.

Referencia		Proyección de costo por unidad importada			
		1 Trim.	2 Trim.	1 Trim.	2 Trim.
Blusa	LTY16-B0022	,0074	,0075	,0075	,0076
	LTY18-B0021	,0083	,0084	,0084	,0085
	LH16-B21	,0083	,0083	,0084	,0084
	LTY16-B0011	,0086	,0086	,0087	,0087
Suéter	LTYH03	,0140	,0140	,0141	,0142
	LTYH01	,0133	,0134	,0134	,0135
	WLB-2016H01	,0143	,0144	,0145	,0146
	LTYH124	,0099	,0099	,0100	,0101
T-Shirt	LTY16-T0027	,0067	,0067	,0067	,0068
	JP2015T156	,0103	,0104	,0104	,0105
	JP2015T68	,0072	,0072	,0073	,0073
	LTY16-T0028	,0076	,0077	,0077	,0078

Valores expresados en miles.

Anexo 22 – Proyección de precios

A continuación se detallan las proyecciones de precios trimestrales por referencia de mercancía importada.

Referencia	LTY16-B0022				LTY18-B0021			
	1 Trim.	2 Trim.	3 Trim.	4 Trim.	1 Trim.	2 Trim.	3 Trim.	4 Trim.
DDP por unidad	,0074	,0075	,0075	,0076	,0083	,0084	,0084	,0085
Gastos	,0009	,0009	,0009	,0009	,0009	,0009	,0009	,0009
Subtotal	,0083	,0084	,0084	,0085	,0092	,0093	,0093	,0094
Margen utilidad 30%	,0025	,0025	,0025	,0025	,0028	,0028	,0028	,0028
Precio sin IVA	,0108	,0109	,0110	,0110	,0120	,0120	,0121	,0122
IVA 19%	,0021	,0021	,0021	,0021	,0023	,0023	,0023	,0023
Precio con IVA	,0129	,0130	,0130	,0131	,0142	,0143	,0144	,0145

Referencia	LH16-B21				LTY16-B0011			
	1 Trim.	2 Trim.	3 Trim.	4 Trim.	1 Trim.	2 Trim.	3 Trim.	4 Trim.
DDP por unidad	,0083	,0083	,0084	,0084	,0086	,0086	,0087	,0087
Gastos	,0009	,0009	,0009	,0009	,0009	,0009	,0009	,0009
Subtotal	,0092	,0092	,0093	,0093	,0095	,0095	,0096	,0096
Margen utilidad 30%	,0028	,0028	,0028	,0028	,0028	,0029	,0029	,0029
Precio sin IVA	,0119	,0120	,0121	,0121	,0123	,0124	,0125	,0125
IVA 19%	,0023	,0023	,0023	,0023	,0023	,0024	,0024	,0024
Precio con IVA	,0142	,0143	,0143	,0144	,0147	,0148	,0148	,0149

Referencia	LTYH03				LTYH01			
	1 Trim.	2 Trim.	3 Trim.	4 Trim.	1 Trim.	2 Trim.	3 Trim.	4 Trim.
DDP por unidad	,0140	,0140	,0141	,0142	,0133	,0134	,0134	,0135
Gastos	,0009	,0009	,0009	,0009	,0009	,0009	,0009	,0009
Subtotal	,0149	,0149	,0150	,0151	,0142	,0143	,0143	,0144
Margen utilidad 30%	,0045	,0045	,0045	,0045	,0043	,0043	,0043	,0043
Precio sin IVA	,0193	,0194	,0195	,0197	,0184	,0185	,0186	,0188
IVA 19%	,0037	,0037	,0037	,0037	,0035	,0035	,0035	,0036
Precio con IVA	,0230	,0231	,0232	,0234	,0219	,0221	,0222	,0223

Referencia	WLB-2016H01				LTYH124			
	1 Trim.	2 Trim.	3 Trim.	4 Trim.	1 Trim.	2 Trim.	3 Trim.	4 Trim.
DDP por unidad	,0143	,0144	,0145	,0146	,0099	,0099	,0100	,0101
Gastos	,0009	,0009	,0009	,0009	,0009	,0009	,0009	,0009
Subtotal	,0152	,0153	,0154	,0155	,0108	,0108	,0109	,0110
Margen utilidad 30%	,0046	,0046	,0046	,0047	,0032	,0033	,0033	,0033
Precio sin IVA	,0198	,0199	,0200	,0202	,0140	,0141	,0142	,0143
IVA 19%	,0038	,0038	,0038	,0038	,0027	,0027	,0027	,0027
Precio con IVA	,0236	,0237	,0239	,0240	,0167	,0168	,0169	,0170

Referencia	LTY16-T0027				JP2015T156			
	1 Trim.	2 Trim.	3 Trim.	4 Trim.	1 Trim.	2 Trim.	3 Trim.	4 Trim.
DDP por unidad	,0067	,0067	,0067	,0068	,0103	,0104	,0104	,0105
Gastos	,0009	,0009	,0009	,0009	,0009	,0009	,0009	,0009
Subtotal	,0076	,0076	,0076	,0077	,0112	,0113	,0113	,0114
Margen utilidad 30%	,0023	,0023	,0023	,0023	,0034	,0034	,0034	,0034
Precio sin IVA	,0098	,0099	,0099	,0100	,0146	,0147	,0147	,0148
IVA 19%	,0019	,0019	,0019	,0019	,0028	,0028	,0028	,0028
Precio con IVA	,0117	,0117	,0118	,0119	,0173	,0174	,0175	,0176

Referencia	JP2015T68				LTY16-T0028			
	1 Trim.	2 Trim.	3 Trim.	4 Trim.	1 Trim.	2 Trim.	3 Trim.	4 Trim.
DDP por unidad	,0072	,0072	,0073	,0073	,0076	,0077	,0077	,0078
Gastos	,0009	,0009	,0009	,0009	,0009	,0009	,0009	,0009
Subtotal	,0081	,0081	,0082	,0082	,0085	,0086	,0086	,0087
Margen utilidad 30%	,0024	,0024	,0025	,0025	,0026	,0026	,0026	,0026
Precio sin IVA	,0105	,0106	,0106	,0107	,0111	,0112	,0112	,0113
IVA 19%	,0020	,0020	,0020	,0020	,0021	,0021	,0021	,0021
Precio con IVA	,0125	,0126	,0126	,0127	,0132	,0133	,0134	,0134

Valores expresados en miles de dólares estadounidenses.


Referencia		Proyección de precio de venta			
		1 Trim.	2 Trim.	3 Trim.	4 Trim.
Blusa	LTY16-B0022	,0129	,0130	,0130	,0131
	LTY18-B0021	,0142	,0143	,0144	,0145
	LH16-B21	,0142	,0143	,0143	,0144
	LTY16-B0011	,0147	,0148	,0148	,0149
Sueter	LTYH03	,0230	,0231	,0232	,0234
	LTYH01	,0219	,0221	,0222	,0223
	WLB-2016H01	,0236	,0237	,0239	,0240
	LTYH124	,0167	,0168	,0169	,0170
T-Shirt	LTY16-T0027	,0117	,0117	,0118	,0119
	JP2015T156	,0173	,0174	,0175	,0176
	JP2015T68	,0125	,0126	,0126	,0127
	LTY16-T0028	,0132	,0133	,0134	,0134

Valores expresados en miles.

Anexo 23– Inversión inicial

Para la puesta en marcha del trabajo, se necesitan ciertos equipos y bienes como inversión inicial. Los precios son con base a los resultados de la página Mercado Libre Colombia. Los equipos y bienes son:

- Percheros de pared: COP\$82.990 -> USD 27,71



Nuevo

Gancho Para Ropa De 36 Piezas Perchero Montado En La Pared G

\$ 82.990

36 cuotas de \$ 2.305


VISA

Más información

Envío gratis a nivel nacional
Conoce los tiempos y las formas de envío
[Calcular cuándo llega](#)

Comprar

- Percheros móviles: COP\$186.890 -> USD53,39



Perchero Con Ruedas Para Ropa, Doble Barra,

\$ 186.890

36 cuotas de \$ 5.191


VISA

Más información

Entrega a acordar con el vendedor
Bogotá, Bogotá D.C.
[Ver costos de envío](#)

Comprar

- Perchas / Ganchos: COP\$2.490 -> USD0,71



Nuevo - 220 vendidos

Gancho De Madera Para Ropa Ganchos Pantalón Chaqueta Camisas

★★★★★ 1 opinión

\$ 2.490

12 cuotas de \$ 208 sin interés

VISA

Más información

Envío a nivel nacional
Conoce los tiempos y las formas de envío
[Calcular cuándo llega](#)

Comprar

- Maniqués: COP\$26.000 -> USD7,43



Nuevo - 22 vendidos

Maniqués Dama Tronco

\$ 26.000

12 cuotas de \$ 2.167 sin interés



Más información

Entrega a acordar con el vendedor

Soacha, Cundinamarca

[Ver costos de envío](#)

Comprar

- Mostrador: COP\$290.000 -> USD82,86



Nuevo - 05 vendidos

Barra Mostrador Para Bar
Restaurante Cafetería

\$ 290.000

36 cuotas de \$ 8.056



Más información

Entrega a acordar con el vendedor

Martires, Bogotá D.C.

[Ver costos de envío](#)

Comprar

- Espejos: COP\$363.550 -> USD 103.87



Espejo Mirrotek Para
Puerta O Pared, De
Cuerpo Completo,

\$ 363.550

36 cuotas de \$ 10.099



Más información

Entrega a acordar con el vendedor

Suba, Bogotá D.C.

[Ver costos de envío](#)

Comprar

- **Sillas:** COP\$ 30.100 -> USD 8,60



Sillas Altas Para Barra Y Mesa, Sillas Para Bar



★★★★★ 21 opiniones

\$ 30.100

36 cuotas de \$ 836



[Más información](#)

Envío a nivel nacional

Conoce los tiempos y las formas de envío

[Calcular cuándo llega](#)

Los precios de los dispositivos de computo e impresión se obtienen de Alkosto Hipermercado Colombia <https://www.alkosto.com>.

- **Computador:** COP\$ 1'049.000 -> USD 299,71



Precio Normal \$ 1.049.000

Hoy \$ 919.000

Disponibilidad: En existencia*

ENVÍO GRATIS

Cantidad:

Agregar al carrito

- **Impresoras:** COP\$ 269.000 -> USD 76,86

Impresora Láser HP 107a Blanca




Precio Normal \$ 269.000

Hoy \$ **199.000**

Disponibilidad: En existencia*

 ENVÍO GRATIS

Cantidad:

 Agregar al carrito

Anexo 24– Selección tipo de interés

Para determinar la VAN del trabajo, se necesita la tasa de interés efectiva anual del Banco ante el cual se solicita el préstamo. Para efectos del trabajo, se toma como referencia la tasa de Bancolombia.

Tasas expresadas en términos E.A	
Capital de trabajo y consolidación de pasivos	Entre DTF + 8.0 EA y DTF + 18 EA
Inversión	Entre DTF + 7.5 y DTF + 20 EA

Fuente: (Bancolombia, s.f)

De acuerdo con la imagen anterior, se determina el interés máximo de la siguiente forma:

DTF + 20 puntos (Efectivo anual)

4,6% + 20 puntos

24,60% EA