



**Proyecto De Inversión Para La Exportación De Fajas Luxury Femeninas De Bogotá-
Colombia Hacia Los Ángeles, California – Estados Unidos**

Karen Sofía Alape Ramírez

María Lucia Villarreal Díaz

Universidad Antonio Nariño

Programa Comercio Internacional

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Bogotá, Colombia

Mayo 2023

**Proyecto De Inversión Para La Exportación De Fajas Luxury Femeninas De Bogotá-
Colombia Hacia Los Ángeles, California – Estados Unidos**

Karen Sofía Alape Ramírez

María Lucia Villarreal Díaz

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:

Profesional en Comercio Internacional

Director (a):

Profesor Raúl A. Mancera de la Peña

Universidad Antonio Nariño

Programa Comercio Internacional

Facultad de Ciencias económicas y administrativas

Bogotá, Colombia

Mayo 2023

NOTA DE ACEPTACIÓN

El trabajo de grado titulado Exportación De Fajas Femeninas De Bogotá- Colombia Hacia Los Ángeles, California – Estados Unidos. Cumple con los requisitos para optar Al título de Profesional en Comercio Internacional.

Firma del Tutor

Firma Jurado

Firma Jurado

1. CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	10
1. Estudios Preliminares	11
1.1. Planteamiento del Problema	11
1.2. Objetivos	12
1.2.1. Objetivo general	12
1.2.2. Objetivos específicos	12
1.3. Alcance	13
1.4. Justificación	14
2. Metodología	15
2.1. Fuentes de información	15
2.2. Población muestra	16
2.3. Técnicas e instrumentos para recolectar la información	16
3. Estudio de Mercado	17
3.1. Análisis de Antecedentes	17
3.1.1. El Producto	17
3.1.2. Características del consumidor	22
3.1.3. Análisis de la Demanda	27
3.1.4. Análisis de la Oferta	32
3.1.5. Análisis de precios	33
3.1.6. Sistemas de comercialización	35
3.2. Proyecciones de mercado	36
3.2.1. Proyecciones de la demanda	36
4. Estudio Técnico	38
4.1. Tamaño: Mercado localización y financiamiento	38
4.2. Localización: macro localización y micro localización tanto del país de origen como del país de destino	39
4.2.1. Micro localización en Origen	39
4.2.2. Micro localización en destino- Los Ángeles, California	39
4.2.3. <i>Macro localización del país destino –USA:</i>	40
4.3. Ingeniería del proyecto (Logística):	41
4.3.1. Proceso de exportación pasos a seguir	41
4.3.2. Logística de exportación	41

	5
4.3.3. Proceso de comercialización	46
5. Estudios Administrativos	46
5.1. Impacto generado con el proyecto	46
5.2. Estructura organizacional	47
6. Estudio Legal	48
6.1. Tipo de empresa a crear	48
6.1.1. Tipo de empresa	48
6.1.2. Descripción	48
6.1.3. Requisitos para una Comercializadora Internacional	48
6.1.4. Documentos necesarios	50
6.1.5. Obligaciones de una Comercializadora Internacional	51
6.1.6. Beneficios que ofrece una Comercializadora Internacional	52
6.2. Requisitos legales de constitución o reestructuración: minuta de constitución o reestructuración	52
6.2.1. Acta de constitución	52
6.2.2. Obtención del RUT	54
6.2.3. Registre los libros contables	54
6.3. Normatividad aplicable para el producto, tanto en el país de origen como en el de destino (tributaria, aduanera, sanitaria, técnica).	55
6.3.1. Normatividad en Origen	55
6.3.1.5. ¿Qué es un accesorio y un artículo confeccionado?	57
6.3.1.6. Etiquetado en Colombia	57
6.3.2. Normatividad en destino	59
6.3.2.1. Documentación	59
6.3.2.2. País de destino	60
6.3.2.3. Régimen aduanero de las importaciones de textiles para uso particular	61
6.3.2.4. Etiquetado Comercial. Información Para El Consumidor	61
6.3.2.5. Protección de la seguridad del consumidor o usuario	62
6.3.2.6. Responsabilidad Sobre El Producto (Product Liability)	63
6.3.2.7. Entes reguladores- Estados Unidos	64
7. Estudio financiero	65
7.1. Inversiones y fuentes de financiación	65
7.2. Inversiones y fuentes de financiación (balance pre operativo)	68

	6
7.3. Balance general del proyecto	69
7.4. Flujo de caja	72
7.5. Análisis del punto de equilibrio	74
8. Evaluación Financiera.	75
8.1. Valor Presente neto - VPN	75
8.2. Tasa Interna de retorno	78
8.3. Periodo de recuperación de la inversión – PRI	80
9. Impacto Social y Ambiental	83
9.1. Impacto social	83
9.2. Impacto ambiental	83
CONCLUSIONES	85
RECOMENDACIONES	86
BIBLIOGRAFÍA	87

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Ficha técnica	20
Tabla 2. Análisis de la Demanda	27
Tabla 3. Principales importadores de fajas a nivel mundial	28
Tabla 4. Exportaciones colombianas de Fajas	30
Tabla 5. Importaciones en unidades físicas de Fajas desde Colombia a los Estados Unidos (Años 2012-2021)	32
Tabla 6. Proyección de precios en valor unitario	34
Tabla 7. Costo de la faja Luxury y precio en USD	34
Tabla 8. Demanda insatisfecha histórica	36
Tabla 9. Proyección de la demanda insatisfecha potencial y dirigida	37
Tabla 10. Programa de exportación anual.	38
Tabla 11. Mercado Objetivo	38
Tabla 12. Proceso de exportación	41
Tabla 13. Perfil de la Mercancía	55
Tabla 14. Programa de amortización de la deuda	65
Tabla 15. Programa de amortización de la deuda	66
Tabla 16. Estructura de costos, gastos y precio unitario	68
Tabla 17. Balance general del proyecto	69
Tabla 18. Balance general 2022	69
Tabla 19. Estado de resultados y Ganancias	70
Tabla 20. Estado de cambios en la situación financiera al 31 de diciembre de 2022	71
Tabla 21. Flujo de caja del proyecto sin financiamiento	72
Tabla 22. Flujo de caja del proyecto con financiamiento	73
Tabla 23. Información para el análisis del punto de equilibrio	74
Tabla 24. Punto de Equilibrio	74
Tabla 25. VPN con financiamiento	76
Tabla 26. VPN sin financiamiento	77
Tabla 27. Tasa Interna de retorno con financiamiento	78
Tabla 28. Tasa Interna de retorno sin financiamiento	79
Tabla 29. PRI con financiamiento	80
Tabla 30. PRI sin financiamiento	80
Tabla 31. Razón de ingreso o inversión con financiamiento	81
Tabla 32. Razón de ingreso o inversión con financiamiento	81
Tabla 33. Razón costo-beneficio financiamiento sin financiamiento	82
Tabla 34. Razón costo-beneficio con financiamiento	82

LISTA DE FIGURAS

Ilustración 1. Faja Cachetera Tech Smart Cool SKU: 8121	21
Ilustración 2. Partida arancelaria	22
Ilustración 3. Factores de compra	26
Ilustración 4. Exportaciones de fajas colombianas	31
Ilustración 5. Proyección de la TRM	33
Ilustración 6. Canal Mayorista o tipo C	36
Ilustración 7. Demanda insatisfecha	37
Ilustración 8. Mapa de Bogotá	39
Ilustración 9. Mapa de Los Ángeles, California	39
Ilustración 10. Mapa de USA	40
Ilustración 11. Bolsa biodegradable	42
Ilustración 12. Embalaje	44
Ilustración 13. Marquilla	45
Ilustración 14. Logo	45
Ilustración 15. Proceso de comercialización	46
Ilustración 16. Estructura Organizacional	47
Ilustración 17. Acta de constitución de la empresa C. I COLOMBIAN LUXURY	53
Ilustración 18. Normatividad en etiquetado	59
Ilustración 19. Punto de Equilibrio.	75

INTRODUCCIÓN

Históricamente el sector de los textiles ha sido muy importante para la economía colombiana, generando empleo y contribuyendo al desarrollo de regiones como la antioqueña. Dicho crecimiento se ha ido acompañando de un incremento en el número de exportaciones de diferentes tipos de confecciones dentro de las cuales se encuentran las fajas. Precisamente este crecimiento es el que ha generado que se desarrollen investigaciones encaminadas a la internacionalización de estos productos, tal es el caso de autores como: (Claros, 2008; Sanchez, Botero Hernandez, & Gomez D, 2014; Corrales, 2018). Quienes dentro de sus proyectos han mostrado algunas de las oportunidades para la comercialización de fajas en el mercado internacional.

Las ciudades que se destacan en la producción de esta prenda están: Medellín, Bogotá y Cali, en las que se encuentran empresas productoras de fajas con vocación exportadora, debido a que su principal mercado es el internacional como Estados Unidos. (Portafolio, 2017, párr. 2).

En cuanto a los tipos de fajas que se comercializan en el mercado tanto colombiano como el norte americano se encuentra la faja tipo luxury, la cual es elaborada con materiales de mejor calidad, que brindan comodidad y seguridad. Por consiguiente, este modelo de faja tiene un precio más alto y es considerado una prenda de lujo por su calidad. En consecuencia, es un producto que va dirigido para una población de mujeres con un poder adquisitivo más alto como lo son las habitantes de la ciudad de Los Ángeles, California.

1. Estudios Preliminares

1.1. Planteamiento del Problema

La internacionalización y la globalización de la economía han incrementado el intercambio comercial entre países. Hoy la comercialización de bienes y servicios a nivel internacional abre oportunidades para que las diversas economías logren crecer, aun con el gran golpe que causó la pandemia en donde el retraso de la oferta generó una gran escasez de mercancías a nivel global. Es por esto, que organismos supranacionales como el Fondo Monetario Internacional, recomienda diversificar los bienes “Una mayor diversificación también reduce la volatilidad en el caso de que varios países se vean afectados por shocks de la oferta” (FMI , 2022). Es así que este tipo de sucesos genera grandes desafíos para países como Colombia quien en mayor parte basa su economía en la extracción de recursos primarios.

La dependencia de estos recursos como el carbón, petróleo y café como principales fuentes de ingresos por exportaciones genera una gran oportunidad para diversificar nuestras exportaciones, como el caso colombiano que según Analdex:

“Durante el año 2021, el principal destino de las exportaciones colombianas fue Estados Unidos con un crecimiento del 22,8%, al pasar de USD FOB 8.921,8 millones en 2020 a USD FOB 10.959,9 millones en 2021. Los principales productos hacia este destino fueron: aceites de petróleo crudos y café sin tostar” (ANALDEX , 2022).

De esta manera de acuerdo a las recomendaciones hechas por los diferentes organismos internacionales y a los objetivos de desarrollo sostenible [ODS] principalmente los relacionados con la industria, la innovación, la infraestructura y el cambio climático, se hace necesario

desarrollar y fomentar el crecimiento industrial que por mucho tiempo ha estado relegado en el país, de tal forma que se puedan diversificar las exportaciones, cumpliendo con los estándares internacionales.

Por consiguiente, el proceso de ejecución de las exportaciones cada vez se da a conocer más, permitiendo el desarrollo y posicionamiento de estas industrias en el mercado extranjero. Además, las exportaciones colombianas de fajas y prendas de control registraron un crecimiento del 146 % entre enero y junio de 2021, frente al mismo período de 2020, según cifras oficiales reveladas por ProColombia. Por tanto, el presente proyecto pretende contribuir como una herramienta que permita a los comerciantes conocer que existen oportunidades de negocio y entender cuál es su proceso de exportación. A partir de lo mencionado anteriormente, surge la siguiente pregunta de investigación ¿Es viable realizar la inversión de un proyecto para exportar prendas femeninas de Bogotá Colombia a Los Ángeles EE. UU?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Determinar la viabilidad del proyecto de inversión para la exportación de fajas luxury femeninas de Bogotá - Colombia a Los Ángeles, California - Estados Unidos.

1.2.2. Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado para evaluar la viabilidad en la exportación de fajas de la ciudad de Bogotá a los Ángeles, California.

- Determinar la factibilidad técnica del proceso de exportación.
- Establecer los estudios administrativos y legales necesarios para la ejecución del proyecto.
- Realizar un estudio económico financiero en el cual se pueda determinar la viabilidad que tendrá la ejecución del proyecto y analizar los resultados del estudio económico financiero.
- Examinar el impacto social y ambiental del proyecto.

1.3. Alcance

La presente investigación desarrollada desde la facultad de ciencias económicas y administrativas en el programa de comercio internacional, pretende determinar la viabilidad de una inversión para la exportación de fajas luxury colombianas a los Ángeles, Estados Unidos. Además de generar una herramienta que sirva como una carta de navegación para la comercialización de fajas, de tal manera que se puedan posicionar estos productos en el mercado extranjero. Por tanto, se espera que la presente investigación actúe como instrumento para un gran número de comerciantes.

De igual forma, el alcance parte de la identificación del producto y como resultado de una demanda insatisfecha en el mercado internacional. Por consiguiente, se realizará un estudio para considerar la viabilidad del proyecto, el estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo, estudio legal, viabilidad ambiental y aceptación social.

1.4. Justificación

El proceso de globalización que hoy vivimos ha traído un sin número de efectos que cada día son más palpables, y es que este “fenómeno” no solo se ha centrado en la interdependencia entre naciones, sino que se ha expandido a diferentes ámbitos de tipo político, social, económico y tecnológico. A partir de lo anterior, los mercados se han visto en la necesidad de crear e innovar los productos que se encuentran en el mercado de tal forma que se puedan suplir las exigencias de los consumidores. Tal es el caso de la industria de los tejidos, que ha visto como la nueva concepción de belleza ha aumentado la demanda de una gran diversidad de productos como las fajas que contribuyen principalmente al género femenino a su enfoque estético y modelador.

Por el cual, Colombia en la actualidad es uno de los grandes productores de esta mercancía obteniendo grandes oportunidades en el exterior y logrando posicionarse como se indica en el artículo “Colombia es el segundo exportador de fajas, después de China” (MásColombia, 2021). De este modo, se demuestra que hay una demanda a nivel internacional y las fajas colombianas tienen gran aceptación en el mundo. Por otra parte, la revista especializada en temas económicos Forbes Colombia ha suministrado información importante sobre el crecimiento en las exportaciones que han tenido las fajas colombianas y su aprobación en los mercados internacionales.

Las fajas y ropa de control hechas en Colombia ganan popularidad en mercados de todo el mundo, según lo reportó ProColombia. Estos productos, que se exportan ya a más de 30 mercados, registraron exportaciones por 41 millones de dólares entre enero y octubre, 14 % más que en el año anterior 2019. (Forbes Colombia, 2020).

En base a lo anterior, se identifica una gran oportunidad de negocio para los comerciantes de fajas colombianas, así como el ser partícipes en la competencia internacional. De esta manera,

el análisis y realización de proyectos de tipo académico frente a productos que están generando alto impacto en los mercados internacionales como es el caso de las fajas colombianas contribuye no solo al fortalecimiento del sector en la medida en que se van a tener más planes que aporten a su crecimiento, sino que también permite que como estudiantes apliquemos los conocimientos que se adquirieron dentro de las aulas de clase.

2. Metodología

Este es un trabajo realizado mediante una investigación descriptiva no experimental de tipo transaccional, cualitativo y cuantitativo; en vista de que pretende observar los fenómenos en su contexto real, midiendo, analizando, evaluando aspectos y variables en un solo momento de tiempo presente. Este método de investigación permite organizar la información que se compila, con la implementación de diferentes técnicas basadas en un procedimiento lógico para realizar los análisis correspondientes.

La presente investigación se desarrolla a partir de la búsqueda y análisis de información comprendida en un estudio de mercados, estudio técnico, estudio administrativo, legal y económico financiero, que permitirá determinar la viabilidad del proyecto.

2.1. Fuentes de información

Para la presente investigación se remite a fuentes de información como softwares y plataformas de apoyo al comercio internacional tales como la DIAN, TradeMap, Santander Trade

y finalmente artículos académicos que permitan tener un panorama claro de la situación de la industria de las fajas en la actualidad.

2.2. Población muestra

En este tipo de investigación la técnica de estudio utilizada es la selección de una muestra de la población entre los 15 a 64 años de mujeres con alto poder adquisitivo que utilizan FAJAS LUXURY FEMENINAS en la ciudad de Los Ángeles, California – Estados Unidos.

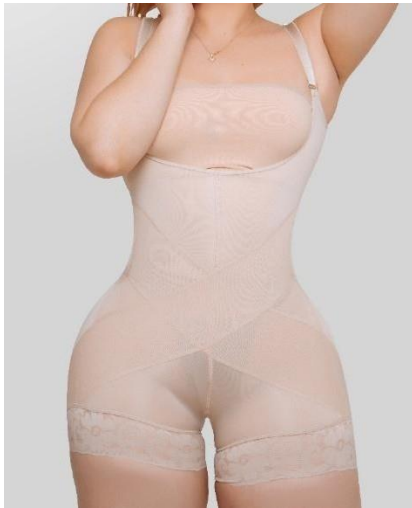
2.3. Técnicas e instrumentos para recolectar la información

Dentro de la fase de análisis de la información se clasificará, analizará, sistematizará, codificará y registrará la información pertinente a la investigación, buscando generar las estrategias adecuadas para llevar a cabo el proceso de creación de la empresa Colombian Luxury y la exportación de las fajas objeto de estudio.

3. Estudio de Mercado

3.1. Análisis de Antecedentes

3.1.1. El Producto



La faja es una pieza de ropa cuya anchura es menor con respecto a su longitud, esta posee una forma como especie de cinta o banda que se ubica directamente en lo que es la cintura del individuo, como ciñe y rodea a todo el cuerpo por la región del ombligo. En la actualidad estas son más utilizadas por las mujeres con la finalidad de reducir visiblemente la medida de la cintura y la protuberancia de su abdomen; sin embargo,

anteriormente esto no era así, la faja era empleada solamente por el sexo masculino sobre todo en las guerras de independencia, estos eran utilizado para distinguir a todos los hombres de gran cargo de los simples soldados que se encontraban bajo su mando.

a) Evolución Fajas

Las primeras fajas surgieron en civilizaciones antiguas como Mikonos o Creck, siendo populares en el siglo XVI, durante la época del renacimiento en Florencia – Italia. De esta manera, la historia de las fajas se remonta en el año 1700 A.C. donde surge a su predecesor conocido como corsé, el cual fue usado por la civilización griega sobre todo en la isla de Creta. Asimismo, las griegas en busca de estilizar su figura, ceñir su cintura, levantar el busto y glúteos usaban



estas prendas de manera cotidiana, los materiales que generalmente se utilizaban eran trozos de lana y cuero endurecidos por varios métodos.

En la cúspide de la Revolución Industrial, la transformación y evolución de las fajas tomó forma ya que eran elaboradas en tela elástica, sujeta algunas veces por cierres de ganchos. Los materiales pioneros en la elaboración de las fajas eran el algodón y satén, algunas veces atravesados por varillas, lo que producía incomodidad en el uso. Sin embargo, con el paso del tiempo las fajas han sido consideradas una prenda esencial para muchas mujeres, entre los años 1920 a 1960, se confeccionaban prendas rígidas, esenciales para los diseñadores de moda que querían presentar la figura de la mujer con "cintura de avispa" y vestidos de faldas voluminosas. Por otra parte, han ido evolucionando no sólo para dar una cintura de "avispa", hoy en día, sino



para apoyar a tratamientos médicos, corregir la postura y evitar el dolor. Las fajas o 'adores de cuerpo', se usan hoy en día, no sólo por las mujeres, para dar forma a la figura con una prenda de vestir, sino también por muchos hombres que buscan estar a la vanguardia de la moda. (Fajasgaless, 2017)

b) ¿Por qué es bueno usarlas?

Muchas personas se plantean si el uso de fajas moldeadoras es bueno o no lo es, pero el hecho es que las fajas tienen muchos beneficios o ventajas que a continuación se plantearán:

- Sirven como soporte.
- Ayudan a modelar el cuerpo.

- Tras el embarazo ayuda a que los músculos vuelvan a su lugar original.
- Mejoran la postura.
- Amolda tu cuerpo para que puedas lucir modelos ajustado

c) ¿Qué tipos de fajas existen?

Según el uso que se le vaya a dar o el fin que se quiera obtener se encuentran dos tipos:

- Faja postparto que se utiliza, como su propio nombre indica, para después de dar a luz y cuyo fin es que la piel y los músculos vuelvan a su estado natural.
- Faja moldeadora de cintura cuyo fin es moldear las caderas y marcar el contorno de la silueta.

d) Confección de la prenda

- Costura y puntada:

La base elemental del cosido es la puntada y una serie de puntadas sucesivas en su configuración se define como tipo de puntada. En la norma ISO número 4915 y en la BS 3870 se definen 6

Clases diferentes de tipo de puntada

- Clase 100: 8 tipos de puntada.
- Clase 200: 20 tipos de puntada
- Clase 300: 27 tipos de puntada.
- Clase 400: 17 tipos de puntada.
- Clase 500: 21 tipos de puntada.

- Clase 600: 9 tipos de puntada.

Tabla 1. Ficha técnica

FICHA TECNICA							
	Partida arancelaria:	6212.20.00.00		Fecha de Elaboración Ficha:	10/10/2022		
	Referencia prototipo del Producto Bella Silueta:	Faja Moldeadora Short		Referencia del Producto Bella Silueta:	8121		
Descripción de mercancía:	Fajas y fajas bragas (Fajas bombacha)						
Descripción del producto:	Levanta Cola, alta Compresión, senos Libres, gancho de tres posiciones Ajustable, cachetero tira removible, manga siza y doble control abdominal.						
Composición Producto Externo:	51% POLIAMIDA / 49% ELASTANO			Composición Mangas/ Glúteo:	84% POLIAMIDA / 16% ELASTANO		
Tallas:	XS	S	M	L	XL		
Color Base:	BEIGE	NEGRO	COCOA BROWN	COCOA ROSE			
Campaña:	LINEA			Línea:	INTERIOR		
Segmento:	ADULTO FEMENINO			Tipo de Prenda:	SILUETA AJUSTADA		

Fuente: (Bella Silueta, 2023)

3.1.1.1. *Presentación de los Productos*

- **Faja Moldeadora Short**

Ilustración SEQ Ilustración * ARABIC 1. Faja Cachetera Tech Smart Cool SKU: 8121



Características



- Faja en SMARTCOOL
- Gancho con 4 niveles de broches frontales ajustables
- Tiras delgadas o manga siza con cubrimiento de espalda
- Senos libres y blanda siliconada
- Realce de glúteos y moldeamiento en glúteos.
- Abertura perineal con panty levanta Cola
- Alta Compresión
- Senos Libres

Fuente: (Bella Silueta, 2023)

3.1.1.2. *Partida arancelaria*

Las fajas son productos del sector textil, por tanto, podemos encontrar su posición arancelaria así:

Ilustración 2. *Partida arancelaria*

Sección	XI	Materias textiles y sus manufacturas			
Capítulo	62	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto			
Partida	6212	Sostenes (corpiños), fajas, corsés, tirantes (tiradores), ligas y artículos similares, y sus partes, incluso de punto.			
	6212.20	- Fajas y fajas braga (fajas bombacha)			
Código	Comp	Supl	Designación de mercancías	Perfil	Notas
6212.20.00.00			- Fajas y fajas braga (fajas bombacha)		

Fuente: (DIAN, 2022)

3.1.2. *Características del consumidor*

Estados Unidos es un mercado potencial, en el cual las fajas se han convertido en una alternativa efectiva y mucho más económica que la cirugía estética. Además, según Colombiatrade, (2013) la ropa de control es un producto buscado por los consumidores americanos, por ejemplo: fajas de novia con telas respirables; para hombre, deportivas; para maternidad, particularmente de control postoperatorio y termal. Estos son algunos de los nichos con potencial que identificó Proexport. Soto, M. Estrada, L. Castillo, J - (2018).

Por otra parte, los consumidores americanos continúan prefiriendo comprar ropa y calzado en tiendas físicas, aunque el porcentaje de venta online en febrero de 2017 ascendía ya a un 32%.

Del total de población de Estados Unidos, el 50,78% de los habitantes son mujeres. Este volumen de población (161 millones) da lugar a una gran variedad de gustos y comportamientos y por ello, las tendencias varían considerablemente de un estado a otro. Por ejemplo, las mujeres del Medio Oeste (Midwest) se inclinan por prendas cómodas y prácticas, mientras que las que

residen en el sur prefieren estilos más femeninos. Por lo general, el nivel de exigencia del mercado estadounidense es más elevado que el de Europa, y es que la consumidora en EE.UU. espera la satisfacción inmediata de sus necesidades. En ese sentido, desde 2007 se ha venido observando un incremento en las expectativas de los consumidores en cuestiones tales como el servicio, calidad y precio de los productos, así como el disfrutar de una experiencia de compra agradable; lo anterior se traduce en una necesidad de asegurarse que las prendas se adaptan continuamente a las tendencias del mercado y un sistema logístico orientado al cliente. (envío a domicilio, facilidad en la devolución del producto y un buen servicio post venta). Asimismo, la experiencia de compra será más placentera si el producto se presenta de forma sencilla y listo para su uso inmediato. En relación con el tallaje, se debe tener en cuenta que la mujer estadounidense necesita un corte más holgado que el patrón europeo; sin ir más lejos, las tallas más vendidas en Estados Unidos son la 14 y la 16, cuyo equivalente en España serían la L y la XL. No obstante, en las zonas costeras del país y concretamente, en grandes ciudades como Nueva York o Los Ángeles, se observa una mayor adhesión a estilos de vida saludables y las tallas tienden a corresponderse más con los patrones europeos.

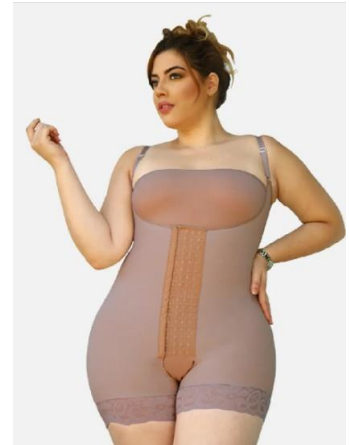
e) Segmentación del Consumidor

- Mujer / Women's (tallas 2 a 18): con 120.470 millones de dólares en 2014 es el segmento más importante de la industria, si bien se encuentra en una fase de madurez

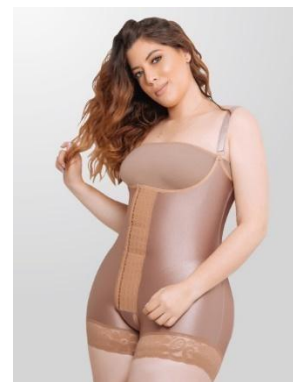


próxima al declive. Se le suele dedicar la mayor parte de superficie en las tiendas, y en ellas cuenta con una amplia selección de modelos y tallas para captar la atención de la consumidora potencial. Las categorías que más éxito tienen son los vestidos y las blusas, tendencia en los últimos 5 años.

- Missy (tallas 14 a 28): referente a las mujeres que emplean tallas grandes. Este segmento tiene una gran base de público objetivo en EE.UU., aunque muchas firmas de moda todavía no tienen desarrolladas marcas o líneas que permitan a este tipo de mujeres vestirse con prendas adaptadas a la forma de su cuerpo sin necesidad de renunciar a la última moda. Además, buena parte de las tiendas comercializan sus líneas de tallas grandes únicamente a través del canal online.



- **Luxury:** El segmento del lujo incluye a las mujeres de alto poder adquisitivo que buscan las categorías de producto más elevadas. En este segmento el precio no es un elemento decisivo de la compra, aunque cada vez se le otorga a esta más importancia. En este ámbito predomina el gusto por las marcas europeas, y se busca en especial la calidad, exclusividad y la artesanía.



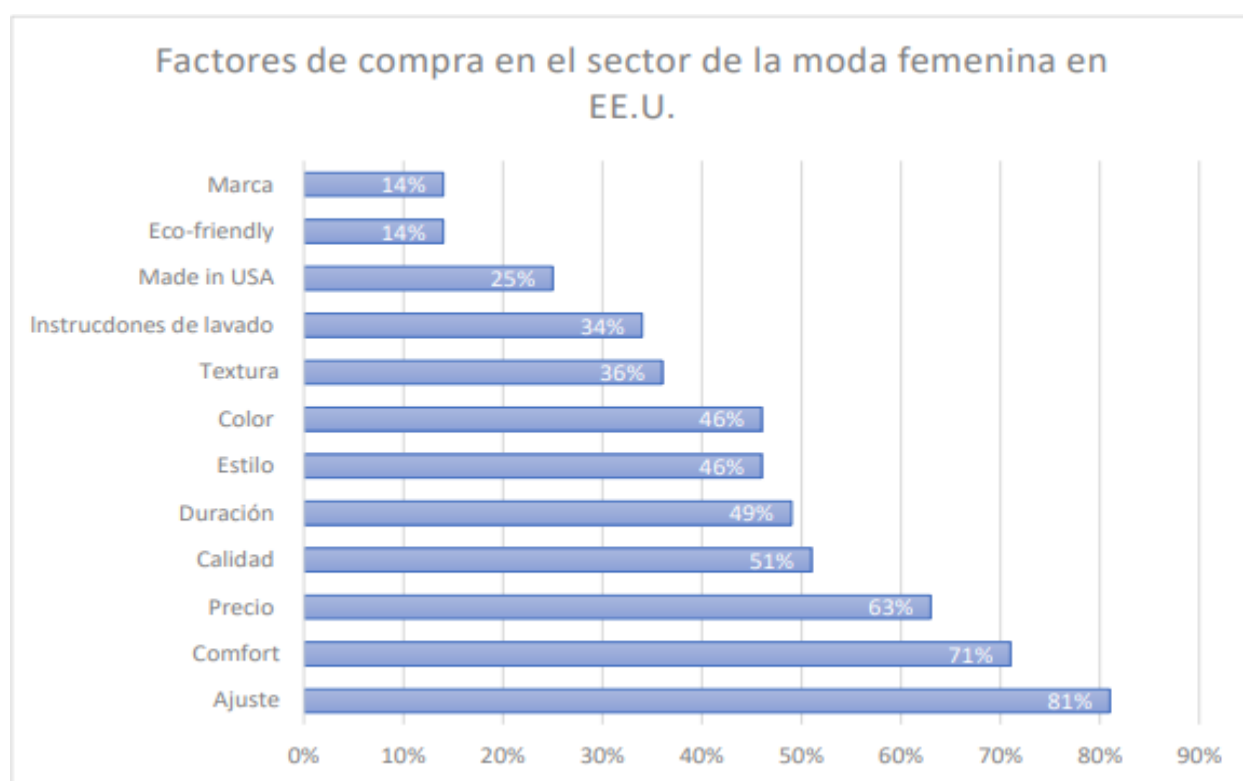
f) **Factores Decisorios de Compra**

El 81% de las mujeres en EE. UU. señala que el ajuste de la prenda fit –prenda ajustada al cuerpo- es un factor muy importante en el proceso de compra. Esto indica que la principal característica que la consumidora busca a la hora de adquirir una nueva prenda es que se adapte correctamente a su figura. Según la ilustración 7 la comodidad (71%) y la calidad del producto (51%) siguen al ajuste como los principales factores de decisión de compra. Hay que destacar que el peso relativo de los factores de compra varía en función del segmento al que va dirigido. Así, en el segmento del lujo y la alta costura predomina la imagen de marca frente al resto de factores, ya que el alto poder adquisitivo de las consumidoras disminuye su sensibilidad ante el precio. Por el contrario, lo que mueve la voluntad de estas consumidoras es la importancia de la trascendencia social de adquirir una marca de prestigio, y en ese sentido, las grandes firmas de moda se esfuerzan en crear una imagen de marca que se identifique con un determinado estilo de vida.

Teniendo en cuenta el poder adquisitivo de la población de las mujeres de Los Ángeles y los factores decisorios para la compra de fajas, se realizará la exportación de fajas Luxury, las

cuales están elaboradas con materiales de alta calidad, comodidad y que brindan seguridad a la salud de mujeres en postoperatorio. Así mismo, para la población angelina el precio no es un factor fundamental para adquirir un producto, puesto que se basan en la calidad y seguridad que este les pueda brindar.

Ilustración 3. Factores de compra



Fuente: (Muñoz, 2018)

3.1.3. Análisis de la Demanda

Tabla 2. Análisis de la Demanda

AÑO	POBLA/MUJERES L. A (15-64 años)	COMPRAS PROM X MUJER ANUAL	DEMANDA L. A
2012	1.338.191,52	1	1.338.191,52
2013	1.349.490,27	1	1.349.490,27
2014	1.363.875,39	1	1.363.875,39
2015	1.388.899,62	1	1.388.899,62
2016	1.390.799,88	1	1.390.799,88
2017	1.391.387,07	1	1.391.387,07
2018	1.376.676,27	1	1.376.676,27
2019	1.387.513,41	1	1.387.513,41
2020	1.384.629,90	1	1.384.629,90
2021	1.330.876,83	1	1.330.876,83

Fuente: (United States Census, 2022)

De acuerdo a la tabla anterior, se puede identificar el gran potencial de compra que existe en el mercado estadounidense, dado a que en promedio las mujeres entre los 15 y los 64 compran al menos una faja por año. Esto quiere decir que existe un mercado potencial de 1'370.234 mujeres en promedio que pueden adquirir el producto. Sin embargo, pueden presentarse diferentes factores que influyen en la decisión de compra de una o más fajas al año de una mujer. Por ejemplo, la faja que compro se dañe, ofertas de fajas de 2x1 o precios más bajos, cambio de talla o que requirió comprar otra por desgaste.

Por otra parte, en el análisis de la demanda es importante el desarrollo de un estudio de mercados que dé a conocer el comportamiento del producto que se pretende comercializar, es por esto que a continuación se muestra el estado actual de la demanda de fajas a nivel internacional.

Tabla 3. Principales importadores de fajas a nivel mundial

Importadores	Seleccione sus indicadores									
	Valor importado en 2021 (millones de USD)	Saldo comercial 2021 (millones de USD)	Cantidad importada en 2021	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2017-2021 (%)	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2017-2021 (%)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2020-2021 (%)	Participación en las importaciones mundiales (%)	Arancel equivalente ad valorem aplicado por el país (%)
Mundo	407856	12779	0	No medida		1		15	100	
Estados Unidos de América	123.730	-112.517	3422	Toneladas	36157	3	3	39	30,3	14,6
Japón	83.171	-81.081	2168	Toneladas	38363	0	-1	-14	20,4	0
México	21982	-16148	480	Toneladas	45796	6		89	5,4	16
Alemania	19062	-4705	300	Toneladas	63540	9	-2	9	4,7	2
Países Bajos	9214	-2613	276	Toneladas	33384	-1	-6	-15	2,3	2
Francia	9106	-5836	230	Toneladas	39591	-6	-7	-1	2,2	2
Viet Nam	8823	9870	570	Toneladas	15479	78	100	-12	2,2	18,1
España	6366	-2096	137	Toneladas	46467	-10	-17	9	1,6	2
Suiza	6236	-3903	43	Toneladas	145023	15	12	15	1,5	0,9
Italia	6005	598	137	Toneladas	43832	2	-1	71	1,5	2
Corea, República de	5973	-5572	149	Toneladas	40087	-12	-2	-12	1,5	7,7
Chile	5574	-5536	148	Toneladas	37662	22	23	47	1,4	3,2
Perú	5267	-5067	244	Toneladas	21586	9	21	65	1,3	8,7
Polonia	5080	4198	69	Toneladas	73623	24	5	-5	1,2	2

Fuente: (TradeMap, 2022)

A partir de la tabla anterior en la cual se muestra los principales importadores de fajas a nivel mundial, se puede observar que el principal consumidor de este producto son los Estados Unidos con un valor importado en 2021 (millones de USD) de USD123.730, seguido por Japón con USD 83.171 y México con USD 21.982. Por su parte países con una mayor cercanía al territorio colombiano como Chile y Perú se ubican en las posiciones 12 y 13 dentro de los que más importan fajas a nivel mundial.

Estados Unidos es el mayor importador de fajas a nivel mundial por factores como su población, falta de materia prima, obesidad y las nuevas tendencias en moda. En primer lugar, la población de este país en el año 2021 según el Fondo Monetario Internacional es la tercera más grande en el mundo, con una población de 331,9 millones de personas. En segundo lugar, la falta de materias primas en EE. UU para la elaboración de este producto es uno de los factores fundamentales por el cual se realizan TLC con países con recursos como en el caso de Colombia, dado que su industria textil cuenta con excelentes precios en el mercado para la adquisición de estas materias primas. Seguidamente, según la página oficial de Trust for America's Health, afirma que cerca del 40% de los adultos en Estados Unidos y 18,5% de los menores padecen de obesidad, y el aumento en las tasas de obesidad es alarmante en el 2018 y en recientes estudios revelan que dieciséis estados cuentan con un Índice más del 35% de Obesidad en adultos en el 2021. Por último, las tendencias en moda de Estados Unidos se han visto influidas por súper estrellas como Kim Kardashian, Beyoncé y Sofía Vergara, quienes en sus redes sociales han demostrado que usan estas prendas (fajas) en su día a día para moldear sus cuerpos.

Tabla 4. Exportaciones colombianas de Fajas

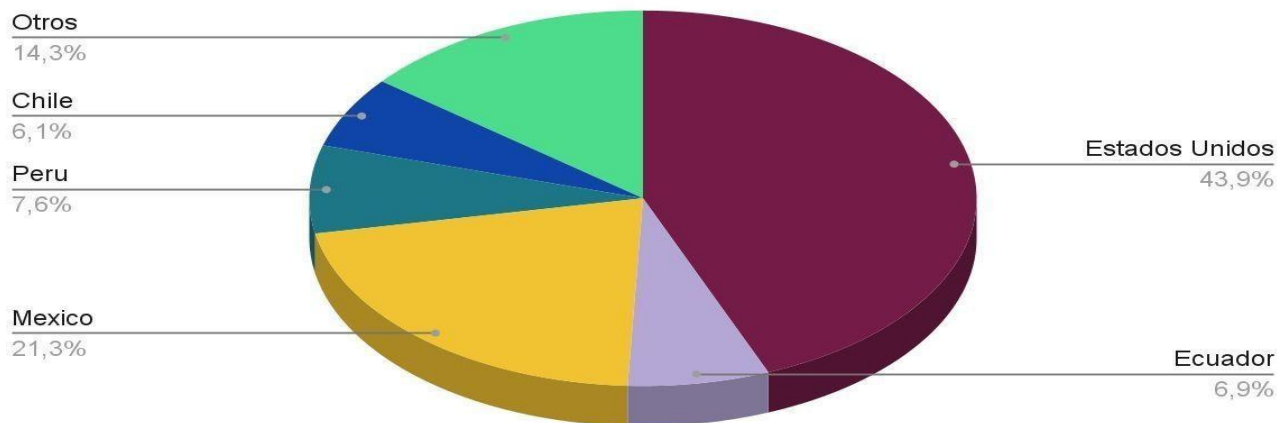
PAÍS DE DESTINO	VALOR FOB (USD)
Estados Unidos	12.743.084,37
México	6.173.591,73
Perú	2.197.802,50
Ecuador	1.993.185,20
Chile	1.784.186,13
España (UE)	1.023.879,50
Costa Rica	953.562,17

Fuente: Elaboración propia con datos de (Legiscomex, 2021).

Según datos aportados por Legis Comex el principal socio comercial para Colombia en el mercado de las fajas, son los Estados Unidos con un 43%, seguido 21% por México y Perú 7,6%.

Ilustración SEQ Ilustración * ARABIC 4. Exportaciones de fajas colombianas

PAÍS DE DESTINO - VALOR FOB (USD)



Fuente: (Legiscomex, 2021)

3.1.3.1. Perfil socioeconómico

□ Información general de Estados Unidos

- ✓ CAPITAL: Washington
- ✓ Idiomas oficiales: inglés y francés
- ✓ Forma de gobierno: Monarquía parlamentaria federal
- ✓ Superficie: 9.984.670 km cuadrados
- ✓ PIB: 19,391 billones de dólares
- ✓ Moneda: dólar
- ✓ Ciudad más poblada: New York, New York (8,405,837 habitantes)
- ✓ Población:

3.1.4. Análisis de la Oferta

Tabla 5. Importaciones en unidades físicas de Fajas desde Colombia a los Estados Unidos (Años 2012-2021)

AÑOS	Importaciones MDD - EE. UU CIF	PRECIO PROM	CANTIDAD IMPORTADA	POBLACION MUJERES USA (15-64)	POBLACION MUJERES L.A (15-64)	PROPORCION MLA/TMUSA	IMPOT PROM LA
2012	114.145.690,00	44,9	2.542.843,0	104.395.231,00	1.338.191,52	0,0128	32.595
2013	98.813.660,00	45,2	2.184.561,0	104.857.925,00	1.349.490,27	0,0129	28.115
2014	101.532.556,00	46,4	2.189.594,0	105.324.375,00	1.363.875,39	0,0129	28.354
2015	122.013.000,00	48,1	2.538.334,0	105.761.176,00	1.388.899,62	0,0131	33.334
2016	107.355.800,00	46,8	2.295.936,0	106.193.571,00	1.390.799,88	0,0131	30.069
2017	95.748.986,00	50,1	1.909.830,0	106.482.333,00	1.391.387,07	0,0131	24.955
2018	109.850.333,00	50,0	2.198.245,0	106.628.359,00	1.376.676,27	0,0129	28.381
2019	109.668.068,00	52,9	2.074.802,0	106.688.933,00	1.387.513,41	0,0130	26.983
2020	88.711.827,00	58,2	1.525.273,0	107.282.115,00	1.384.629,90	0,0129	19.686
2021	123.729.796,00	60,2	2.056.409,0	106.930.214,00	1.330.876,83	0,0124	25.595
PROMEDIO CANTIDAD IMPORTADA EN LOS ULTIMOS 10 AÑOS			2.151.582	PROMEDIO DE LA IMPORTACIÓN PROMEDIO DE LOS ANGELES			27.806,8

Fuente: Elaboración propia (Legis Comex, 2022)

Al realizar un análisis de las importaciones en valor CIF en MDD (millones de dólares) y la cantidad importada de las fajas desde Colombia a los Estados Unidos, se puede evidenciar como se ha mantenido constante con un promedio en los últimos 10 años de 2.151.582 en las cantidades importadas a los Estados Unidos. Este comportamiento es significativo principalmente en la ciudad de los Ángeles, presentando en promedio 27.806 unidades, a pesar de presentar una reducción en su población femenina en el año 2021 respecto al 2020, la demanda ha aumentado en el último año, esto quiere decir que las angelinas siguen comprando este tipo de producto.

3.1.5. Análisis de precios

Para llevar a cabo un análisis de los precios se debe tener en cuenta el Incoterm, es necesario conocer costo del producto más la logística internacional, como la tendencia de precios en el mercado extranjero, de tal manera que se tenga una visión más clara de la competitividad en valor de las fajas colombianas en el mercado estadounidense.

Ilustración 5. Proyección de la TRM



Fuente: MinHacienda Gráfico: LR-GR

Fuente: (La Republica, 2022)

Tabla 6. Proyección de precios en valor unitario


PROYECCION DE PRECIOS NACIONALES E INTERNACIONALES				
AÑO	FACTOR AJUSTE POR INFLACION	PRECIO AJUSTADO COP	TRM	PRECIO AJUSTADO USA
2.022	1	223.464	3.924,0	56,9
2.023	1,0320	230.615	4.006,00	57,6
2.024	1,0630	245.134	4.090,00	59,9
2.025	1,0970	268.906	4.176,00	64,4
2.026	1,1321	304.422	4.264,00	71,4
2.027	1,1683	355.658	4.353,00	81,7

Fuente: Elaboración del tutor

Según los datos obtenidos, podemos analizar calculando la TRM proyectada para los siguiente 5 años se calculó el valor promedio de las fajas para cada uno de los años en dólares, teniendo un promedio de variación de \$56,9 dólares a \$81,7 por unidad.

3.1.5.1. Costo de la faja luxury al por mayor en Colombia y precio en USA

Tabla 7. Costo de la faja Luxury y precio en USD

PROVEEDOR	PRODUCTO	COSTO COP	TIPO DE CAMBIO	PRECIO DE VENTA COP	PRECIO MERCADO EN L.A.	PRECIO DE VENTA USD
Bella Silueta 8121		\$147.125	\$3.924	\$222.300	57, 00 USD	56,65 USD

Fuente: (Bella Silueta, 2022)

A partir de la presentación de precios que se maneja en el mercado colombiano como en el estadounidense se puede determinar que los productos colombianos pueden competir en el mercado norte americano no solo con calidad sino por sus precios. Por tanto, podemos analizar que el promedio de precio de la faja al por mayor en Colombia es \$147.125 pesos y en dólares es de 37,5 USD; por el contrario del precio promedio en Estados Unidos que es de 57 USD. Es decir, que tenemos una diferencia de 20,5 USD en el precio promedio unitario de las fajas al por mayor en Colombia.

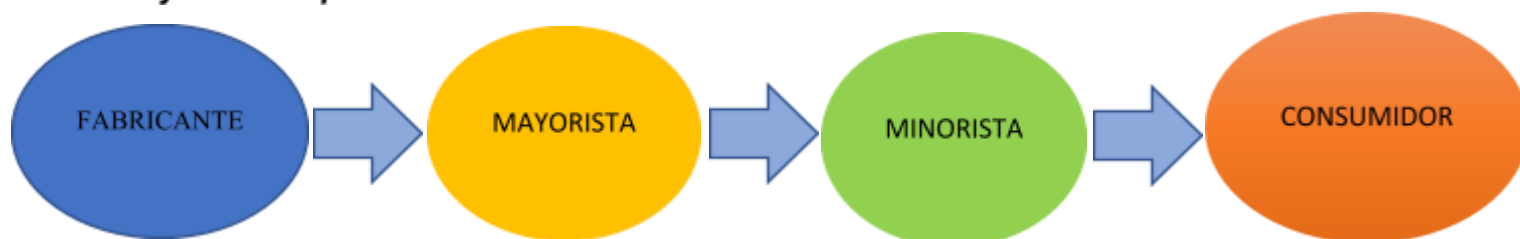
3.1.6 Sistemas de comercialización

El sistema de comercialización que mayores beneficios ofrece es el de tipo directo ya que representa mayores ganancias y la adquisición del comportamiento del mercado en destino, sin embargo, dado a que actualmente no se cuenta con la capacidad de distribuir el producto de forma directa, se debe recurrir a un minorista, es así que el canal de distribución más factible para el presente proyecto es el tipo C.

Canal Mayorista o tipo C: (del Productor o Fabricante a los Mayoristas, de éstos a los Detallistas y de éstos a los Consumidores) contiene dos niveles de intermediarios: los mayoristas (intermediarios que realizan habitualmente actividades de venta al por mayor, de bienes y/o servicios, a otras empresas como los detallistas que los adquieren para revenderlos) y los detallistas (intermediarios cuya actividad consiste en la venta de bienes y/o servicios al detalle al consumidor final). Este canal se utiliza para distribuir productos que los fabricantes no tienen la capacidad de hacer llegar sus productos a todo el mercado consumidor ni a todos los detallistas.

La empresa minorista ubicada en Los Ángeles, California en Estados Unidos se llama New Body Couture tienda de ropa para mujeres.

**Ilustración SEQ Ilustración * ARABIC 6. Canal
Mayorista o tipo C**



Fuente: Elaboración propia

3.2. Proyecciones de mercado

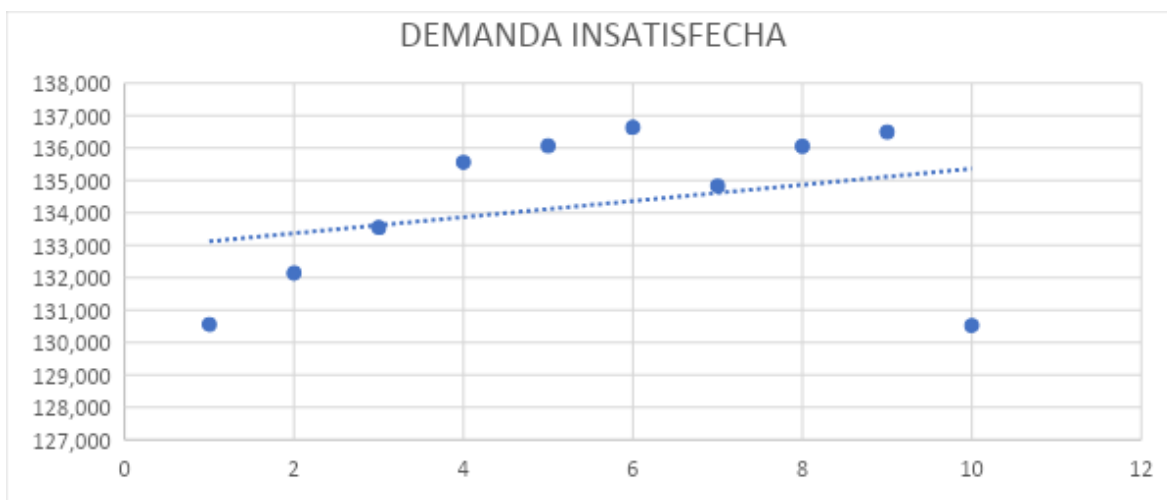
3.2.1. Proyecciones de la demanda

Tabla 8. Demanda insatisfecha histórica

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA	10% DEMANDA INSATISFECHA
2012	1.338.192	32.595	1.305.596	130.560
2013	1.349.490	28.115	1.321.376	132.138
2014	1.363.875	28.354	1.335.522	133.552
2015	1.388.900	33.334	1.355.565	135.557
2016	1.390.800	30.069	1.360.730	136.073
2017	1.391.387	24.955	1.366.432	136.643
2018	1.376.676	28.381	1.348.295	134.829
2019	1.387.513	26.983	1.360.530	136.053
2020	1.384.630	19.686	1.364.944	136.494
2021	1.330.877	25.595	1.305.282	130.528

Elaboración propia

Ilustración 7. *Demanda insatisfecha*



Elaboración propia

Tabla 9. Proyección de la demanda insatisfecha potencial y dirigida

AÑOS	TIEMPO	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA DIRIGIDA COMO %	DIRIGIDA ANUAL	DEMANDA DIRIGIDA MENSUAL
2022	11	102.741	20%	20.548	1.712
2023	12	102.990	22,0%	22.658	1.888
2024	13	103.239	24,2%	24.984	2.082
2025	14	103.488	26,6%	27.548	2.296
2026	15	103.737	29,3%	30.376	2.531
2027	16	103.986	32,2%	33.494	2.791

Elaboración propia

Porcentaje de descubrimiento de la demanda insatisfecha en los próximos 5 años, como base el 20% de la demanda insatisfecha aumentando anualmente al 1,1%.

Tabla 10. Programa de exportación anual.

PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN ANUAL						
AÑO	CANTIDAD ENVIROTAINER RAP	CANTIDAD DE CAJAS	UNIDADES POR CAJA	EXPORTACIONES MENSUAL	Pronóstico venta mensual	Pronóstico venta anual
2.022	0,14	29	60,00	1.712	1.712	20.544
2.023	0,15	31	60,00	1.888	1.888	22.656
2.024	0,17	35	60,00	2.082	2.082	24.984
2.025	0,18	38	60,00	2.296	2.296	27.552
2.026	0,20	42	60,00	2.531	2.531	30.372
2.027	0,19	40	69,00	2.791	2.791	33.492

Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta las medidas de las cajas (50cm de ancho, 40cm de alto y 60cm de largo), por cada una de ellas se contienen 60 unidades de fajas. Además, considerando en un contenedor con 10 pisos, caben 21 cajas por piso y 210 cajas por pallet; tenemos como resultado que para la exportación de 1.712 unidades ocupamos de 29 cajas en el 2022.

4. Estudio Técnico

4.1. Tamaño: Mercado localización y financiamiento

Tabla 11. Mercado Objetivo

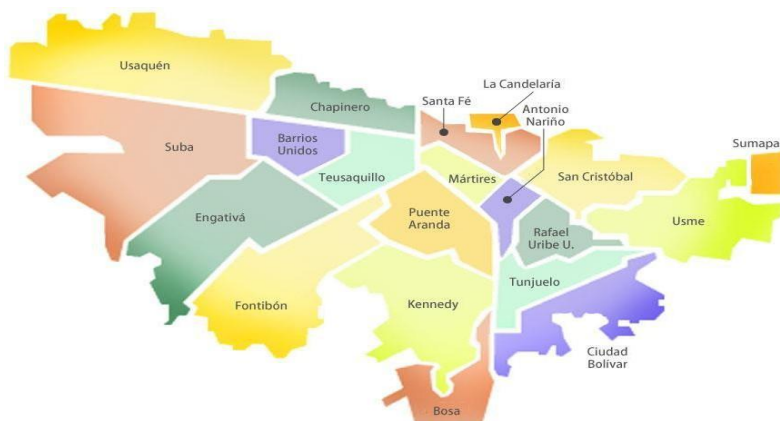
Mercado objetivo		
AÑO	Pronóstico ventas mensuales	Pronóstico ventas anuales
2.021	20.548	1.712
2.022	22.658	1.888
2.023	24.984	2.082
2.024	27.548	2.296
2.025	30.376	2.531
2.026	33.494	2.791

Fuente: Elaboración propia

4.2. Localización: macro localización y micro localización tanto del país de origen como del país de destino

4.2.1. Micro localización en Origen

Ilustración 8. Mapa de Bogotá



Fuente: Mapade.org

La micro localización para el presente proyecto será Bogotá ya que allí se encontrará ubicada la empresa Colombian Luxury, así como los proveedores del producto y el aeropuerto internacional El Dorado el cual será el lugar de salida de las mercancías.

4.2.2. Micro localización en destino- Los Ángeles, California

Ilustración 9. Mapa de Los Ángeles, California



Fuente: (Capture the Atlas, 2023)

La macro localización de la ciudad en destino será en Los Ángeles, la ciudad más importante de California, siendo así la más grande del Estado y la segunda más grande de USA en densidad de población. Además, el fuerte por el cual se eligió Los Ángeles como ciudad destino de las fajas luxury es que el Estado de California es uno de los más ricos de todo Estados Unidos; según la revista Portafolio en 2022, la ciudad de Los Ángeles cuenta actualmente 192.400 millonarios, de los cuales 393 son centi millonarios y 34 multimillonarios y en 2019 residían más multimillonarios en California que en cualquier otra zona del país, según Forbes. Es así, como esta ciudad tiene un mercado fuerte con un potencial en su población en cuanto a su alto poder adquisitivo, el cual es la población objetivo para comercializar las fajas luxury colombianas.

4.2.3. *Macro localización del país destino –USA:*

Ilustración 10. Mapa de USA



Fuente: (Capture the Atlas, 2023)

La macro localización del país en destino es Estados Unidos, siendo uno de los países más fuertes económicamente en el mundo y principal socio comercial de Colombia, según legis

blog en el 2021 Colombia exportó USD 40.231,32 millones, donde EE. UU tuvo una participación del 52,5%.

4.3. Ingeniería del proyecto (Logística):

4.3.1. *Proceso de exportación pasos a seguir*

Tabla 12. Proceso de exportación

Paso 1. Estudio de mercado y localización de la demanda
Paso 2. Costeo
Paso 3. Solicitud de la cotización internacional
Paso 4. Aceptación de la cotización y establecimiento del medio de pago
Paso 5. Preparación del producto a exportar
Paso 6. Remisión de la factura y confirmación de la carta de crédito si es el Caso
Paso 7. Contratación del transporte y seguro
Paso 8. Solicitud de permisos de exportación o vistos buenos
Paso 9. Trámites Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
Paso 10. Diligenciamiento por parte del declarante autorizado de la Solicitud de Autorización de Embarque, documento del que se desprende la Declaración de Exportación, DEX, (Sin detalles)
Paso 11. Autorización y despacho de la mercancía
Paso 11.1 Documentos de embarque
Paso 11.2 Obligaciones y sanciones de los transportadores
Paso 11.3 Obligaciones y sanciones de los agentes de carga internacional
Paso 12. Diligenciamiento de la declaración de cambio y venta de divisas al intermediario cambiario (reintegro de divisas)
Paso 13. Solicitud de devolución de IVA en algunos casos

Fuente: Tomado de documentación Legis Comex proceso de exportación desde Colombia

4.3.2. *Logística de exportación*

En Bogotá D.C está ubicada la C.I Colombian Luxury donde será despachada la mercancía por vía aérea desde el aeropuerto El Dorado hasta el Aeropuerto Gerardo Tobar López, donde se encuentra localizado en ciudad de Buenaventura con un tiempo aproximado de

1 hora y 30 minutos. Dado que, la exportación se realizará por vía marítima desde el puerto de origen de la Sociedad Portuaria de Buenaventura ubicada en el mar pacífico y su puerto de destino será El Puerto de Los Ángeles, también conocida como Bahía de San Pedro o Puerto Mundial, el tiempo de tránsito oscila entre los 10 días según la página de Icontainers.

4.3.2.1. Empaque y embalaje del producto

▪ Empaque

El empaque según la empresa Coordinadora, 2023 “es un envoltorio que tiene como función agrupar varios productos iguales en una sola unidad, es decir, en un solo paquete. Otra de las características del empaque es que está fabricado con imágenes, texto y diseño relativos al producto, pues es un objeto que llega a las manos del consumidor final y en el que se encuentra una forma muy efectiva y orgánica de hacer mercadeo”. Por tanto, el empaque que se utilizará para las fajas son las bolsas Papel natural o earth pack, las cuales son amigables con el medio ambiente que permiten diferenciar la marca y su compromiso con el planeta.

- Materiales: papel natural o earth pack de resistencia 300 gr
- Impresión: imprimir el diseño de logo de la marca.
- Tipos de manija: cordones, cintas, rígidas en cartón retorcido o manija troquelada.
- Acabados: estampados al calor, repujado.

Las funciones del empaque son

- Higiene del producto
- Conservación del producto.
- Facilitar el transporte y la manipulación del producto.

Ilustración 11. *Bolsa biodegradable*



Fuente: Elaboración propia

▪ Embalaje

El embalaje es todo aquello necesario en el proceso de acondicionar los productos para protegerlos, y/o agruparlos de manera temporal pensando en su manipulación, transporte y almacenamiento. Con este formato preservamos la calidad de la carga a la vez que se mantiene a salvo, en todas aquellas operaciones en la que se ve envuelta, durante el trayecto entre el exportador

Funciones:

- Protección de los productos: mientras dura el transporte y almacenaje del paquete.
- Identificación: facilita información sobre las características del producto y la forma de manipularlo, reduciendo así el deterioro o pérdida del mismo.
- Manipulación de la carga: facilita el conteo, la distribución y el transporte de los paquetes.

Para la exportación que se pretende realizar se utilizará una caja de cartón que llevarán el logo de la empresa, las medidas de la caja, la referencia, peso máximo que son 29kg, cada prenda pesa entre 300-800 gr y contendrá 60 unidades. El embalaje contará con las siguientes dimensiones:

- Ancho 50 cm
- Alto 40 cm
- Largo 60 cm

Ilustración 12. Embalaje



Fuente: Google

- **Marquilla**

Para las marquillas emplearemos la marca Lakreative Studio Marquillas, con acabado Faya las cuales son de tela que se utilizan comúnmente en la industria de la confección y la moda. La característica de las marquillas Faya es que están acanaladas y tienen un acabado mate dándole un distintivo a la marca, Estas Marquillas están hechas utilizando la técnica de

sublimación, que es un proceso de impresión que utiliza calor y presión para transferir la tinta en una tela, lo que permite que la tinta penetre en las fibras de la tela y se fije de manera duradera.

Ilustración 13. Marquilla



Fuente: Creative Studio Marquillas

- **Logo**

Las cajas llevan un sticker del logo en una de sus caras, la cual es funcional para identificar y promover la imagen de la marca C.I Colombian Luxury.

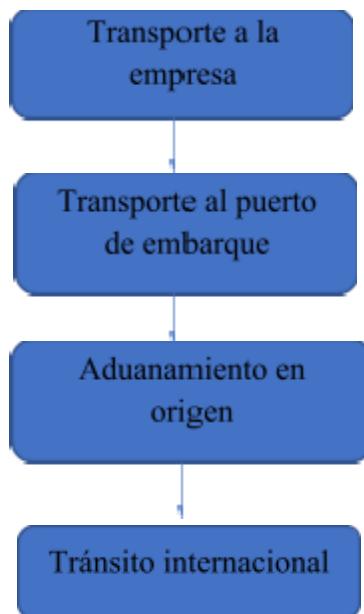
Ilustración 14. Logo



Elaboración propia

4.3.3. Proceso de comercialización

Ilustración SEQ Ilustración * ARABIC 15. Proceso de comercialización



Fuente: Elaboración propia

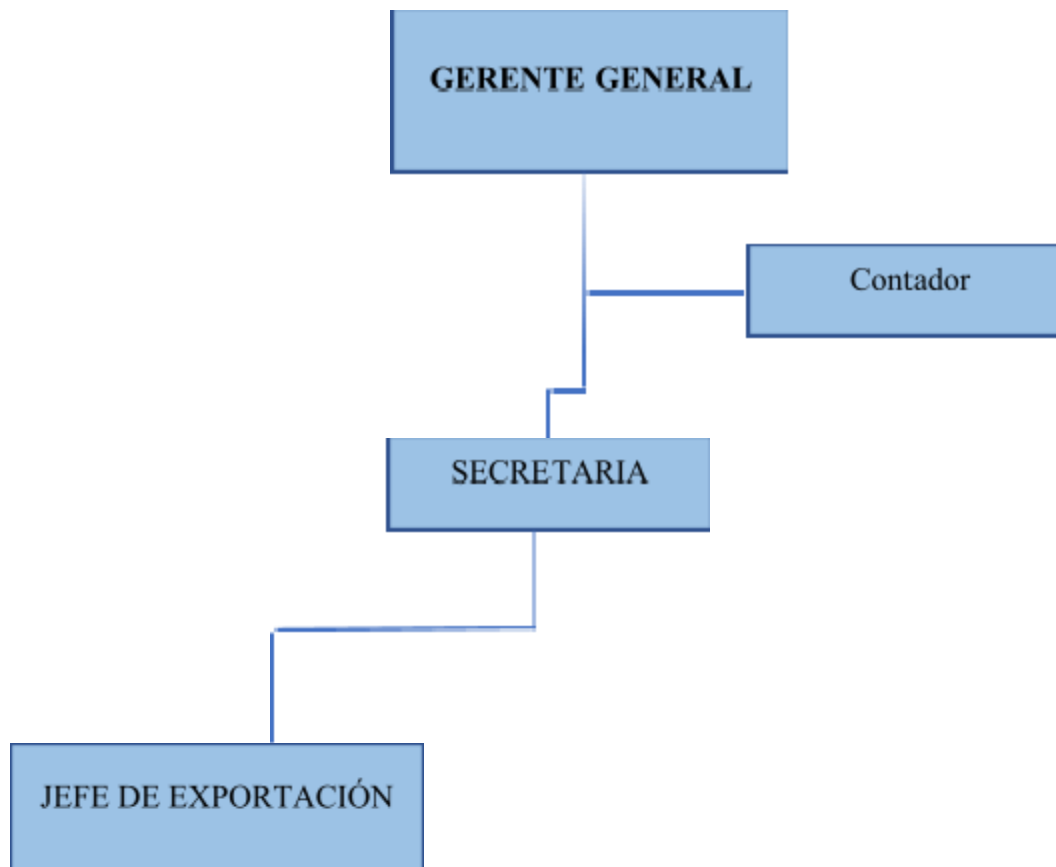
5. Estudios Administrativos

5.1. Impacto generado con el proyecto

Para la ejecución del presente proyecto, se pretende crear una comercializadora internacional para realizar el proceso de exportación.

5.2. Estructura organizacional

Ilustración SEQ Ilustración * ARABIC 16. *Estructura Organizacional*



Fuente: Elaboración propia

6. Estudio Legal

6.1. Tipo de empresa a crear

6.1.1. Tipo de empresa

El tipo de empresa que se creará será de tipo “Comercializadora Internacional”, llamada “COLOMBIAN LUXURY C.I”, las comercializadoras internacionales desde el 18 de diciembre de 2015, corresponden en función de la Dirección de Comercio Exterior del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en donde se adelantan los trámites correspondientes a las C.I. Siendo aquellas personas jurídicas que tienen por objeto social principal la comercialización y venta de productos colombianos al exterior, adquiridos en el mercado interno o fabricados por productores socios de las mismas. Además, las actividades que desarrolle la empresa deberán estar siempre relacionadas con la ejecución del objeto social principal y la sostenibilidad económica y financiera de la empresa. (Procolombia, 2023).

6.1.2. Descripción

Son sociedades constituidas en cualquiera de las formas establecidas en el Código de Comercio. En términos generales, pueden definirse la Comercializadora Internacional (C.I.) como una sociedad mercantil especializada con una gran capacidad para detectar y generar negocios de larga duración y concretarlos en los diferentes mercados mundiales. Las C.I. son organismos calificados para evitar el fracaso y asegurar el éxito en una comercialización internacional. (Procolombia, 2023).

6.1.3. Requisitos para una Comercializadora Internacional

- ✓ Como Persona jurídica, constituirse mediante escritura pública como Sociedad de Comercialización Internacional C.I. en alguna de las formas establecidas en el Código de Comercio.

- ✓ Registrar la Sociedad ante la Cámara de Comercio de manera que en el Certificado de Existencia y Representación Legal aparezca la Razón Social y el Objeto Social Principal tal como se constituyó en el punto anterior.

Razón Social: Las Sociedades de Comercialización Internacional C.I. inscritas ante el Ministerio de Comercio Exterior tendrán la obligación de utilizar en su Razón Social la expresión Sociedad de Comercialización Internacional o también, si lo prefieren, pueden utilizar la sigla C.I. (NOTA: Los textos demasiado largos en la Razón Social, a veces aparecen recortados en algunos documentos).

Objeto Social Principal: Deberá comenzar con el siguiente texto: “Efectuar operaciones de comercio exterior y particularmente, orientar sus actividades hacia la promoción y comercialización de productos colombianos en los mercados externos”. El resto del Objeto Social lo redacta la empresa de acuerdo con sus intereses particulares.

- ✓ Obtener el NIT ante la DIAN (o la Cámara de Comercio), de manera que el texto de la Razón Social coincida con el inscrito en el Certificado de Existencia y Representación Legal.
- ✓ Obtener ante el MINCOMEX el Registro Nacional de Exportadores, de manera que los textos de la Razón Social y del Objeto Social coincidan con los inscritos en el Certificado de Existencia y Representación Legal.
- ✓ Diligenciar completamente el Formulario de Solicitud de Inscripción como una Sociedad de Comercialización Internacional C.I.
- ✓ Elaborar el documento Estudio de Mercados que incorporen su plan exportador de acuerdo con la metodología que establezca el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

- ✓ Elaborar un documento donde el representante legal de la persona jurídica manifiesta que ni él ni sus representantes han sido sancionados por infracciones tributarias, aduaneras, cambiarias o de comercio exterior durante los 5 años anteriores a la solicitud.
- ✓ Solicitar por escrito al MINCOMEX, Grupo de Zonas Francas y Comercializadoras Internacionales, la inscripción de la Empresa como Sociedad de Comercialización Internacional C.I. (Procolombia, 2023).

6.1.4. Documentos necesarios

- ✓ Original del Certificado de Existencia y Representación Legal vigente
- ✓ Fotocopia del NIT si lo expidió la DIAN
- ✓ Copia del Registro Nacional de Exportadores actualizado. (Para agilizar proceso de Registro)
- ✓ Original del documento Estudio de Mercados
- ✓ Original del Formulario de Inscripción como Sociedad de Comercialización Internacional C.I.
- ✓ Oficio suscrito por el Representante Legal en donde certifique que hasta la fecha de la solicitud de inscripción en el Registro de C.I, SI/NO se han efectuado compras exentas de IVA y/o Retefuente y SI/NO se han expedido Certificados al Proveedor - CP, conforme a lo estipulado en el Decreto 1740 de 1994. (Procolombia, 2023).

6.1.5. Obligaciones de una Comercializadora Internacional

La Sociedad de Comercialización Internacional que obtiene el Régimen C.I. se obliga, para con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, principalmente a:

- ✓ Expedir oportunamente al Proveedor el Certificado al Proveedor - CP.
- ✓ Exportar, dentro de los términos establecidos, las mercancías que adquirió exentas del IVA y/o Retención en la Fuente al amparo de un Certificado al Proveedor - CP.
- ✓ Remitir oportunamente, tanto al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo como a Bancoldex, las copias correspondientes de los Certificados al Proveedor - CP expedidos durante el trimestre calendario, así: Los CP expedidos durante enero, febrero y marzo se remitirán en un solo envío dentro de los primeros 10 días de abril. Seguirán enviándole dentro de los 10 primeros días de julio, dentro de los primeros 10 días de octubre y dentro de los 10 primeros días de enero del año siguiente.
- ✓ Se debe enviar oficio al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para informar si durante el trimestre reportado no se han expedido Certificados al Proveedor - CP, indicando las razones que se consideren pertinentes.
- ✓ Remitir oportunamente al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, dentro del primer mes (enero) del año siguiente al reportado, el Informe Anual sobre expedición de CP y exportaciones realizadas (CPEX).
- ✓ Se debe enviar oficio al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para informar si durante el año reportado no se han expedido Certificados al Proveedor - CP y/o no se han efectuado exportaciones, indicando las razones que se consideren pertinentes.

- ✓ Informar oportunamente al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo los cambios de domicilio y de Razón Social. (Procolombia, 2023).

6.1.6. Beneficios que ofrece una Comercializadora Internacional

- ✓ Beneficiarse conjuntamente con su proveedor de las líneas de crédito de Bancolombia.
- ✓ Acceder directa o indirectamente a los sistemas especiales de importación -exportación.
- ✓ Obtener la exención del IVA y del impuesto de retención en la fuente por la compra de mercancías destinadas a la exportación.
- ✓ Importar mercancías y ser usuaria de otros Instrumentos de Promoción de Exportaciones como el CERT y los Sistemas Especiales de Importación – Exportación Programas Plan Vallejo. (Procolombia, 2023).

6.2. Requisitos legales de constitución o reestructuración: minuta de constitución o reestructuración

6.2.1. Acta de constitución

En este documento usted deberá especificar capital social, duración, órganos de representación, representante legal, facultades y demás normas que regulan el funcionamiento de la empresa. El acta deberá ser firmada por cada uno de los socios que conforman la empresa y ser certificada por medio de un notario, que le brindará una garantía de la creación de la empresa

y de quienes participan en la pyme. De esta manera, la empresa podrá empezar a funcionar y regulará su funcionamiento.

Ilustración 17. Acta de constitución de la empresa C. I COLOMBIAN LUXURY

Denominación: C.I COLOMBIAN LUXURY. En la ciudad de Bogotá D.C, República de Colombia, a los 28 días del mes de noviembre del año dos mil veintidós (2022), se reunieron las señoras: Karen Sofía Alape Ramírez y María Lucia Villarreal Díaz, colombianas, mayores de edad, domiciliados y residentes en la Cra. 101 # 70-14 de la ciudad de Bogotá, identificado con cédula de ciudadanía No. 100738550 expedida en Pitalito, Huila y No. 1007536672 expedida en la ciudad de Capitanejo, Santander. Con el propósito de declarar que constituyen esta comercializadora internacional con naturaleza comercial, cuyo objeto principal es: la comercialización de fajas femeninas que se registrá por los siguientes estatutos-----

CAPÍTULO I. NOMBRE, NACIONALIDAD, DOMICILIO, OBJETO PRINCIPAL Y SOCIAL DE LA SOCIEDAD:

ARTÍCULO 1º. NOMBRE, NATURALEZA Y CLASE. La sociedad será una comercializadora internacional y girará bajo la razón social “C.I COLOMBIAN LUXURY” y es de naturaleza comercial.

ARTÍCULO 2º. NACIONALIDAD Y DOMICILIO. La Sociedad es de nacionalidad colombiana y tendrá su domicilio principal en la ciudad de Bogotá distrito capital, pero podrá establecer sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior. El lugar para notificaciones comerciales, judiciales y administrativas será en la carrera 101 # 70-14 Bogotá, D.C.

ARTÍCULO 3º. OBJETO PRINCIPAL. La sociedad tendrá como objeto principal, las siguientes actividades: 1. Comercialización y venta de fajas colombianas en el exterior,

adquiridos en el mercado interno. 2. Exportar fajas colombianas para comercializarlas en el mercado extranjero. Para el desarrollo y cumplimiento de estas actividades.

ARTÍCULO 4°.-OBJETO SOCIAL: constituye objeto social es la comercialización de fajas femeninas y en general realizar toda clase de actos, operaciones comerciales, financieras etc.

PARÁGRAFO: Es contrario al objeto social garantizar, respaldar, fiar o avalar deudas de personas naturales o jurídicas, distintas de aquellas personas jurídicas con quienes tenga la calidad de matriz, filial, subsidiaria o esté vinculada económicamente o en las que sea propietaria de acciones o cuotas.

Fuente: Repositorio de la UAN y UNIANDES

6.2.2. Obtención del RUT

Toda empresa debe obtener, por medio de la Dirección de Aduanas e Impuestos Nacionales (DIAN) el Número de Identificación Tributaria (NIT), con la finalidad de quedar registrado dentro de los contribuyentes y así poder efectuar el respectivo pago de impuestos estipulados por la ley para todas las personas que ejercen el comercio en forma legal.

Cabe recordar que el NIT se obtiene por medio de la inscripción en el RUT, por lo que es necesario inscribirse en el RUT. Dicho trámite hoy día no tiene ningún costo. (Pymas , 2022)

6.2.3. Registre los libros contables

Todas las empresas de Colombia están obligadas a llevar sus cuentas de forma clara, de acuerdo con las leyes del país, que exigen el registro de los respectivos libros en la Cámara de Comercio de la ciudad correspondiente, para garantizar la transparencia en el manejo de la empresa.




Tenga en cuenta que, anteriormente, el artículo 28 del código de comercio obligaba a registrar los libros de contabilidad, pero luego de la eliminación Ley 019 de 2012 solo es necesario registrar algunos libros de comercio, para algunas sociedades. Por ejemplo, las empresas sin ánimo de lucro deben registrar los libros de contabilidad en la DIAN.

6.3. Normatividad aplicable para el producto, tanto en el país de origen como en el de destino (tributaria, aduanera, sanitaria, técnica).

6.3.1. Normatividad en Origen

6.3.1.1. Perfil de la mercancía y medidas para exportación, Muisca DIAN

Tabla 13. Perfil de la Mercancía

DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	6212.20.00.00			01-ene-2007	...	
Descripción	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto Sostenes (corpiños), fajas, corsés, tirantes (tiradores), ligas y artículos similares, y sus partes, incluso de punto. - Fajas y fajas braga (fajas bombacha)			01-ene-2007	...	
Unidad física	u - Unidades o artículos			01-ene-2007	...	

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

Fuente: (DIAN, 2023)

6.3.1.2. ¿Qué documentos se requieren para exportar?

Para realizar una exportación en Colombia, se deben tener en cuenta siguientes documentos:

- Registro como exportador
- Estudio de mercado y localización de la demanda potencial
- Ubicación de la subpartida arancelaria (Procolombia, 2023)

6.3.1.3. Procedimiento ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

- Solicitud de Determinación de Origen – Declaración Juramentada (Procolombia, 2023)

6.3.1.4. Procedimientos aduaneros para despacho ante la DIAN en el Trámite de

Exportación

- Factura Comercial
- Lista de Empaque (si se requiere)
- Registro sanitario o Vistos Buenos (si lo requiere el producto)
- Documento de Transporte
- Otros Documentos exigidos para el producto exportador (Colombia Trade, 2023)

6.3.1.5. ¿Qué es un accesorio y un artículo confeccionado?

La resolución número: 1264 del 26 de junio de 2007 que trata el reglamento técnico sobre etiquetado de confecciones, que incluye la partida 62.12 Sostenes (corpiños), fajas, corsés, tirantes (tiradores), ligas y artículos similares, y sus partes, incluso de punto. Define en su artículo 4 a los accesorios como “Producto que se utiliza como ornamento, complemento o ambos en los artículos confeccionados” y a los artículos confeccionados como “Productos elaborados con materiales textiles, cuero, materiales sintéticos, materiales artificiales y otros cuya utilización se extiende a prendas de vestir, ropa de hogar y accesorios” (Ministerio De Comercio, Industria Y Turismo, 2009, pág. 18).


















6.3.1.6. Etiquetado en Colombia

De acuerdo con la resolución 1950 de 2009 el etiquetado de los productos confeccionados, deberá cumplir con las siguientes condiciones generales:

- Las letras escritas en la etiqueta permanente deben ser durables.
- La etiqueta o etiquetas deberán ser legibles a simple vista, estar ubicadas en un sitio visible del producto, o en un lugar de fácil acceso.

- Cuando las prendas de vestir se comercialicen como pares confeccionados del mismo material y diseño, como por ejemplo pares de calcetines o guantes, la etiqueta o etiquetas deben presentarse en al menos una de las piezas.
- Cuando las prendas de vestir se elaboran en los llamados “conjuntos”, compuestos por dos (2) o más piezas o partes, las etiquetas tendrán que ir en cada una de tales piezas.
- Los artículos confeccionados, que, por su naturaleza, delicadeza o tamaño, al adherirse directamente el etiquetado, se les perjudique en su uso, estética, o se les ocasione pérdida de valor, y los que se comercialicen en empaque cerrado que no permita ver el contenido, deberán llevar pegada en su empaque la etiqueta o etiquetas con la información requerida en este Reglamento Técnico. A manera de ejemplos se menciona casos como las pantimedias, medias veladas, medias, calcetines, calcetas, bandas elásticas para la cabeza y otros artículos para el cabello, muñequeras, corbatas y lazos similares, prendas de vestir desechable y prendas reversibles (doble faz), prendas de vestir diminutas como vestidos de baño o ropa interior, medias de compresión progresiva por ejemplo medias para varices de punto, calzas, leotardos, sostenes, corpiños, fajas y fajas braga, fajas sostén, pañuelos de bolsillo, chales, pañuelos de cuello, bufandas, mantillas, velos y artículos similares, guantes, mitones y manoplas y otros que no estén en el listado.
- La información contenida en la etiqueta o etiquetas deben consignarse en idioma español, sin perjuicio de que la información pueda presentarse adicionalmente en otros idiomas.
- La etiqueta o etiquetas podrán consignar información adicional a la mínima requerida en la presente resolución, siempre que no resulte engañosa, contradictoria o confusa para el consumidor. (Ministerio De Comercio, Industria Y Turismo, 2009).

Ilustración 18. Normatividad en etiquetado

Etiquetado facultativo Informativo		
	Marca "Algodón"	
Etiquetado facultativo de Conservación		
 Programa normal a 40°C Lavado y aclarado con acción mecánica normal y centrifugado normal.	 Programa suave a 40°C Lavado y aclarado con acción mecánica reducida. Aclarado con temperatura que disminuye progresivamente. centrifugado corto.	 Lavado a mano Temperatura máxima 40°C.
 Prohibición de lavado.	 Prohibición de tratar el artículo con lejía.	 Puede utilizarse lejía únicamente en frío y en solución diluida.
 Lavado con todos los disolventes corrientes.	 Lavado mecánico con disolventes de tipo mineral además del percloroetileno.	 Temperatura máxima de planchado de 200°C, solo apto para algodón y lino
 Temperatura máxima de planchado de 150°C, recomendado para mezclas, lino, poliéster, etc.	 Temperatura máxima de planchado de 110°C, planchado suave especial para prendas de seda, rayón, acetato, etc.	 Prohibición de planchado.
 Puede secarse en tambor secado normal.	 Puede secarse en tambor secado a temperatura reducida.	 Prohibición de secado en tambor.

Fuente: Google

6.3.2. Normatividad en destino

6.3.2.1. Documentación

Para el despacho aduanero de toda mercancía importada en EE.UU. se precisa presentar la siguiente documentación básica dentro del plazo de 15 días desde que la mercancía llega al país.

- Conocimiento de embarque, carta aérea (Bill of Lading or Airway Bill), o certificado del transportista aportando el nombre del consignatario.
- Solicitud de despacho aduanero (Entry Manifest, Entry for Immediate Delivery, etc. según la mercancía y gestiones de inspección), que debe presentar el importador estadounidense. Esta gestión en la actualidad es normalmente vía electrónica.

- Lista de contenido (Packing List).
- Factura comercial del exportador incluyendo la cantidad, nombre/descripción de la mercancía, valor de la misma y país de origen. Para textiles, las facturas comerciales deben además incluir gran cantidad de detalles sobre los mismos, tales como la información sobre el tipo de fibras y su porcentaje con relación al peso (ej. fibras naturales: 80% algodón, 20% lana, etc.; fibras artificiales: 60% rayón, 40% nylon, 10% poliéster, etc.), el sexo y la edad del posible usuario (ej. ropa confeccionada para niños, mujer o caballero), si se trata de telas tejidas o sin tejer (woven, nonwoven fabrics), si los hilados del tejido están teñidos (dyed), entre otros. Esto es debido a que la clasificación arancelaria está muy desglosada y todos estos detalles son necesarios para identificar apropiadamente la partida arancelaria por la que deben ser despachados. (España, 2019)

6.3.2.2. País de destino

Todos los productos que se importan en EEUU, con escasas excepciones, deben ir marcados, de una manera tan visible, tangible, imborrable y permanente como lo permita la naturaleza de los mismos, con el nombre en inglés de su lugar de origen (Made in.../Product of...) con objeto de informar claramente al comprador final en este país, sobre su procedencia.

En general, para que un producto textil pueda ser considerado como originario de un país tiene que ser totalmente originario y producido en ese país, o haber experimentado el cambio de clasificación arancelaria requerido si la materia prima o material utilizado en el textil acabado de ese país proviene de otros países.

Las normas de origen preferenciales para textiles procedentes de países con los que EEUU mantiene estos tratados contienen variaciones y modificaciones respecto de las generales,

y son habitualmente algo más flexibles. Para vestimenta (apparel), en general, se aplica el principio de triple transformación, es decir el hilado de una prenda confeccionada debe ser originario de uno de los países contratantes, o en todo caso, si se ha utilizado material no originario (de países terceros), éste, salvo en las excepciones previstas, debe haber experimentado una transformación suficiente para que resulte en el cambio de clasificación arancelaria requerido. (España, 2019)

6.3.2.3. Régimen aduanero de las importaciones de textiles para uso particular

En general todas las importaciones de tejidos y productos textiles en los EE.UU. deben realizarse mediante declaración aduanera formal, no siéndoles de aplicación los procedimientos simplificados que se pueden utilizar para otro tipo de mercancías. (España, 2019)

6.3.2.4. Etiquetado Comercial. Información Para El Consumidor

El organismo Federal Trade Commission (FTC) está encargado, entre otros, de velar por los intereses del consumidor en Estados Unidos, estableciendo guías o prácticas comerciales para la identificación clara, justa y honesta de productos o artículos de consumo y sus características, en los distintos canales de venta. FTC puede iniciar investigaciones de fraude o prácticas comerciales confusas y engañosas, y establecer sanciones relevantes. Entre otras competencias, FTC además administra las regulaciones para el etiquetado comercial de textiles en EE.UU., las cuales se mencionan a continuación:

- Textiles en general
- Los nombres genéricos en inglés y porcentajes, por orden de peso de mayor a menor, de las fibras de la manufactura o prenda textil que estén presentes en la misma en cantidades superiores al 5%, excluidos los ornamentos permitidos tales como adornos, cuellos,

pañños, cinturilla, etc., (hasta un 15%) y elásticos permitidos (hasta un 20%). Las fibras presentes en cantidades menores del 5% serán designadas como “other fibers”. Los ornamentos que no excedan del 15% del peso total de las fibras serán representados con la frase “exclusive of decoration” y los componentes elásticos que no excedan del 20% con la frase “exclusive of elastic”. No se utilizarán abreviaciones, ni notas al pie marcadas con asterisco u otros símbolos, excepto las permitidas. Las fibras textiles componentes de los forros de prendas de vestir serán listadas separadamente. Para los tejidos con “pelo” (terciopelos, panas, felpas, etc.), se podrá separar el listado de las fibras componentes del mismo, del listado de las fibras componentes del tejido base o superficie. Los nombres genéricos se identificarán según las normas “Textile Man-made fibers – Generic names” de la International Standard Organization (ISO).

- El nombre de la persona, empresa o negocio bajo el que se opera, o en su lugar el número de identificación registrado (RN) en el FTC (este último asignado únicamente a los importadores y/o a los distribuidores estadounidenses del textil importado). En su sustitución también puede figurar el nombre o texto de una marca registrada (no sirven logos sin texto) en la Patent & Trademark Office (PTO) de los Estados Unidos, siempre y cuando se facilite prueba de este hecho a FTC (16CFR303.19)
- Nombre del país en el que se procesó o fabricó el producto. Para textiles totalmente o parcialmente confeccionados o acabados en EE.UU., se marcará la etiqueta con el término “Made in USA” u otro equivalente, según las regulaciones contenidas en 16CFR303.33. (España, 2019)

6.3.2.5. Protección de la seguridad del consumidor o usuario

Todos los productos de consumo, por la posible peligrosidad que puedan presentar contra la salud y/o la integridad física del consumidor usuario, están sujetos a las disposiciones generales de la ley Consumer Product Safety Act (CPSA). Las regulaciones generales derivadas de CPSA se contienen en el 16CFR1101 a 1118, e incluyen obligatoriedad de informar sobre peligros/accidentes experimentados, relacionados con sustancias/artículos de consumo, así como disposiciones para la detención y retirada del mercado (recall) de productos que hayan sido considerados defectuosos o peligrosos en el uso normal y cotidiano de los mismos según el contexto de dicha ley y las que se derivan de la misma, y para la divulgación entre el público de tales defectos/peligrosidad. CPSC puede, además, iniciar investigaciones de incumplimiento a instancia propia o de terceros y establecer sanciones relevantes. CPSC, administra entre otras, las regulaciones de inflamabilidad de textiles y plásticos de vinilo. (España, 2019)

6.3.2.6. Responsabilidad Sobre El Producto (Product Liability)

El fabricante, vendedor, o aquella persona que cede determinada tecnología, puede recibir reclamaciones por responsabilidad, a resultas de los daños causados a alguna persona o propiedad por el producto, artículo o componente o parte del mismo que fabrica, vende, distribuye o concede en licencia. No existe normativa federal que regule en el ámbito nacional el marco legal de responsabilidad sobre el producto, el cual es considerablemente complejo, con un número de litigios notable, sobre todo relacionados con accidentes o fatalidades que afecten a niños, y con unas sentencias judiciales que a menudo fijan indemnizaciones muy elevadas. Aunque no exista en la práctica, una forma de eliminar todos los riesgos de tener reclamaciones por responsabilidad del producto en lo que respecta al fabricante y/o exportador sería la de considerar la posibilidad de suscribir, en la medida de lo posible, un seguro que cubra su

producto y componentes en el mercado estadounidense. En el portal de Internet de Insurance Information Institute (III) se pueden obtener contactos de agentes de seguros. (España, 2019)

6.3.2.7. Entes reguladores- Estados Unidos

- Oficina de Aduanas y Protección Fronteriza Estadounidense (CBP) Organismo que vela por contrarrestar el terrorismo y la entrada de armas al país estadounidense. Además, que este tiene por objeto garantizar el comercio y viajes internacionales seguros. Por lo que, este brinda servicios de aduanas, migración, seguridad fronteriza y protección de la agricultura (Embajada de Estados Unidos en Colombia, s. f.).
- Comisión de Seguridad de Productos del Consumidor de Estados Unidos (CPSC) La CPSC es una agencia federal independiente, que tiene por objeto proteger al público contra los riesgos de lesiones o muertes que puede ocasionar un producto. Por tal razón, evalúa artículos que presentan quejas y reclamos, como también se encarga de retirar bienes del mercado (CPSC, s. f.).
- Comisión Federal de Comercio (FTC) La FTC tiene como fin “Prevenir las prácticas comerciales anticompetitivas, engañosas o desleales hacia los consumidores; mejorar el nivel de información de las opciones disponibles para los consumidores y aumentar el grado de comprensión del proceso competitivo por parte del público; y cumplir con estos objetivos sin imponer una carga indebida sobre la actividad comercial legítima” (FTC, s. f.).

7. Estudio financiero

7.1. Inversiones y fuentes de financiación

Tabla 14. Programa de amortización de la deuda

PROGRAMA DE AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA	
Capital a financiar	\$ 157.000.000
Número de cuotas (meses)	60
Tasa interés	1,9%
Cuota fija	4.407.882

Fuente: Elaboración propia

Para el desarrollar el proyecto se utilizará una fuente del sector financiero que acudirá a una línea de fomento a las exportaciones de Bancoldex por un valor de \$157.000.000 a 60 meses con un interés del 1,9% mensual teniendo una cuota fija de \$4.407.882.

Tabla 15. Programa de amortización de la deuda

PLAN DE FINANCIAMIENTO SISTEMA DE AMORTIZACION DEUDA CUOTA CONSTANTE						
CAPITAL	I	%	n	CUOTA	ACUMULADO ANUAL	
157.000.000	1,90%		60		INTERESES	AMORTIZ.
PERIODO	S.D	AMORTIZACION	INTERESES			
0	157.000.000					
1	155.575.118	1.424.882	2.983.000	4.407.882		
2	154.123.163	1.451.955	2.955.927	4.407.882		
3	152.643.621	1.479.542	2.928.340	4.407.882		
4	151.135.968	1.507.653	2.900.229	4.407.882		
5	149.599.669	1.536.299	2.871.583	4.407.882		
6	148.034.181	1.565.488	2.842.394	4.407.882		
7	146.438.948	1.595.233	2.812.649	4.407.882		
8	144.813.406	1.625.542	2.782.340	4.407.882		
9	143.156.979	1.656.427	2.751.455	4.407.882		
10	141.469.079	1.687.900	2.719.983	4.407.882		
11	139.749.109	1.719.970	2.687.913	4.407.882		
12	137.996.460	1.752.649	2.655.233	4.407.882	33.891.046	19.003.540
13	136.210.511	1.785.949	2.621.933	4.407.882		
14	134.390.629	1.819.882	2.588.000	4.407.882		
15	132.536.169	1.854.460	2.553.422	4.407.882		
16	130.646.474	1.889.695	2.518.187	4.407.882		
17	128.720.875	1.925.599	2.482.283	4.407.882		
18	126.758.689	1.962.185	2.445.697	4.407.882		
19	124.759.222	1.999.467	2.408.415	4.407.882		
20	122.721.765	2.037.457	2.370.425	4.407.882		
21	120.645.597	2.076.169	2.331.714	4.407.882		
22	118.529.981	2.115.616	2.292.266	4.407.882		
23	116.374.168	2.155.812	2.252.070	4.407.882		
24	114.177.396	2.196.773	2.211.109	4.407.882	29.075.520	23.819.065
25	111.938.884	2.238.512	2.169.371	4.407.882		
26	109.657.841	2.281.043	2.126.839	4.407.882		
27	107.333.458	2.324.383	2.083.499	4.407.882		
28	104.964.911	2.368.546	2.039.336	4.407.882		
29	102.551.362	2.413.549	1.994.333	4.407.882		
30	100.091.956	2.459.406	1.948.476	4.407.882		
31	97.585.821	2.506.135	1.901.747	4.407.882		
32	95.032.070	2.553.751	1.854.131	4.407.882		
33	92.429.797	2.602.273	1.805.609	4.407.882		
34	89.778.081	2.651.716	1.756.166	4.407.882		
35	87.075.983	2.702.099	1.705.784	4.407.882		
36	84.322.544	2.753.438	1.654.444	4.407.882	23.039.734	29.854.851
37	81.516.790	2.805.754	1.602.128	4.407.882		

38	78.657.727	2.859.063	1.548.819	4.407.882		
39	75.744.342	2.913.385	1.494.497	4.407.882		
40	72.775.602	2.968.740	1.439.142	4.407.882		
41	69.750.457	3.025.146	1.382.736	4.407.882		
42	66.667.833	3.082.623	1.325.259	4.407.882		
43	63.526.640	3.141.193	1.266.689	4.407.882		
44	60.325.764	3.200.876	1.207.006	4.407.882		
45	57.064.072	3.261.693	1.146.190	4.407.882		
46	53.740.407	3.323.665	1.084.217	4.407.882		
47	50.353.592	3.386.814	1.021.068	4.407.882		
48	46.902.429	3.451.164	956.718	4.407.882	15.474.470	37.420.115
49	43.385.693	3.516.736	891.146	4.407.882		
50	39.802.139	3.583.554	824.328	4.407.882		
51	36.150.497	3.651.641	756.241	4.407.882		
52	32.429.475	3.721.023	686.859	4.407.882		
53	28.637.753	3.791.722	616.160	4.407.882		
54	24.773.988	3.863.765	544.117	4.407.882		
55	20.836.811	3.937.176	470.706	4.407.882		
56	16.824.829	4.011.983	395.899	4.407.882		
57	12.736.618	4.088.210	319.672	4.407.882		
58	8.570.732	4.165.886	241.996	4.407.882		
59	4.325.694	4.245.038	162.844	4.407.882		
60	0	4.325.694	82.188	4.407.882	5.992.156	46.902.429
TOTAL		157.000.000	107.472.926	264.472.926	107.472.926	157.000.000
PROMEDIO			1.791.215			

Fuente: Elaboración propia

7.2. Inversiones y fuentes de financiación (balance pre operativo)

Tabla 16. Estructura de costos, gastos y precio unitario

COSTOS Y PRECIOS							
CONCEPTO	CANTIDAD	VR. UNITARIO (PESOS)	VR. TOTAL (PESOS)	TIPO DE CAMBIO	VR. UNITARIO USD	VR. TOTAL USD	%
Valor de la mercancía	1712	\$ 147.125,00	\$ 251.878.000,00	3.924,00	37,49	64.189,09	66,0 %
Embalaje - Bolsas	1712	\$ 330,00	\$ 564.960,00	3.924,00	0,08	143,98	0,1%
Empaque - Cajas	29	\$ 1.000,00	\$ 29.000,00	3.924,00	0,0043	7,39	0,0%
Sticker del logo	29	\$ 500,00	\$ 14.500,00	3.924,00	0,00	3,70	0,0%
Marquilla	1712	\$ 470,00	\$ 804.640,00	3.924,00	0,12	205,06	0,2%
SUBTOTAL EXW		\$ 149.425,00	\$ 253.291.100,00		37,58	64.344,15	
Transporte Interno	1	\$ 211.640,86	\$ 211.640,86	3.924,00	0,03	53,93	0,1%
Seguro Interno	1	\$ 29.045,58	\$ 29.045,58	3.924,00	0,00	7,40	0,0%
Gastos de aduana	1	\$ 624.467,70	\$ 624.467,70	3.924,00	0,09	159,14	0,2%
SUBTOTAL FOB		\$ 390.111,44	\$ 253.531.786,44		37,62	64.405,49	
Flete Internacional	1	\$ 1.068.034,32	\$ 1.068.034,32	3.924,00	0,16	272,18	0,3%
SUBTOTAL CFR		\$ 1.458.145,76	\$ 254.599.820,76		37,8	64.677,67	
Seguro Internacional	1	\$ 521.735,04	\$ 521.735,04	3.924,00	0,08	132,96	0,1%
COSTO CIF		\$ 1.979.880,80	\$ 255.121.555,80		37,9	64.810,63	
Utilidad 50% sobre valor EXW		\$ 126.243.230,00	\$ 126.243.230,00	3.924,00	18,8	32.172,08	33,1 %
PRECIO CIF		\$ 128.223.110,80	\$ 381.364.785,80		56,65	96.982,71	100,0 %
PRECIO DEL MERCADO EN L.A			\$ 4.576.377.429,60		57,00		

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior muestra como la mercancía en valor FOB es de 37,62 dólares equivalentes a \$147.620 pesos colombianos y en valor CIF incluyendo el seguro y el transporte aumenta 19,38 dólares. Finalmente, su precio de venta al público fue de 56,65 dólares, equivalentes a \$222.294 pesos colombianos. Por tanto, cabe resaltar que el término de la

negociación será bajo el incoterm CIF “Cost, Insurance & Freight” -costo, seguro y flete-, aceptando sus respectivas obligaciones entre el importador y exportador. La condición de pago se realizará 50% de anticipo y 50% restante cuando la mercancía se encuentre en destino como lo indica la factura comercial de la página de Procolombia.

7.3. Balance general del proyecto

Tabla 17. Balance general del proyecto

BALANCE INICIAL 02 DE ENERO 2022							
ACTIVOS				PASIVOS Y PATRIMONIO			
CUENTAS	PARCIAL	TOTAL	%	CUENTAS	PARCIAL	TOTAL	%
Corriente		208.888.237	44%	Obligaciones Financieras		157.000.000	33%
Activos Fijos		202.871.812	43%	Capital Social		314.760.049	67%
Activos Diferidos		60.000.000	13%				
TOTAL ACTIVOS		471.760.049	100%	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO		471.760.049	100%

Fuente: Elaboración propia

Dentro del balance general se muestra que los activos en el 2022 son de \$629.795.202 COP de los cuales la mayor parte se encuentra en los activos corrientes y el menor porcentaje de activos se ubica en los activos diferidos, mientras que en los pasivos y el patrimonio el rubro más alto está en el capital social.

Tabla 18. Balance general 2022

BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE 2022							
ACTIVOS				PASIVOS Y PATRIMONIO			
CUENTAS	PARCIAL	TOTAL	%	CUENTAS	PARCIAL	TOTAL	%
Corriente		551.282.401	71%	Obligaciones Financieras		137.996.460	18%
Activos Fijos		202.871.812	26%	Impuestos Por Pagar		111.897.578	14%
Depreciación Activos		-20.287.181	-3%	Patrimonio		531.972.994	68%
Activos Diferidos		60.000.000	8%	Capital Social	314.760.049		
Amortización Diferidos		-12.000.000	-1,5%	Resultado Del Ejercicio	217.212.945		
TOTAL ACTIVOS		781.867.032	100%	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	781.867.032	100%	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 19. Estado de resultados y Ganancias

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS AL 31 DICIEMBRE 2023		
CUENTAS	TOTAL	%
INGRESOS		
VENTAS	4.591.777.349	100,0%
EGRESOS		0,0%
COSTOS DE VENTAS	-3.826.481.124	83,3%
UTILIDAD BRUTA	765.296.225	16,7%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-214.272.821	4,7%
GASTOS DE VENTAS	-188.021.836	4,1%
GASTOS OPERACIONALES	-402.294.657	8,8%
UTILIDAD OPERACIONAL	363.001.568	7,9%
GASTOS FINANCIEROS	-33.891.046	0,7%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	329.110.522	7,2%
IMPUESTO A LA RENTA Y CREE	-111.897.578	2,4%
RESULTADO DEL EJERCICIO	217.212.945	4,7%

Fuente: Elaboración propia

El estado de resultados y ganancias evidencia que al final del año 2023 se espera obtener una ganancia de \$217.212.945 COP, gracias a los recursos que se esperan con las ventas con las cuales se podrán soportar los gastos y costos que se requieren para la operación.

Tabla 20. Estado de cambios en la situación financiera al 31 de diciembre del 2022

ESTADO DE CAMBIOS EN LA SITUACIÓN FINANCIERA AL 31 DE DICIEMBRE 2022						
CUENTAS DE BALANCE						
ACTIVOS	2/1/2022	31/12/2022	VARIACION	VARIACION %	FUENTE	USO
Corriente	366.923.390	709.317.554	342.394.164	93%		342.394.164
Activos Fijos	202.871.812	182.584.631	-20.287.181	-10%	20.287.181	
Activos Diferidos	60.000.000	48.000.000	-12.000.000	-20%	12.000.000	
TOTAL ACTIVOS	629.795.202	939.902.185	310.106.983	49%		
PASIVOS	157.000.000	249.894.038	92.894.038	59%		
Obligaciones Financieras	157.000.000	137.996.460	-19.003.540	-12%		19.003.540
Impuestos Por Pagar	0	111.897.578	111.897.578		111.897.578	
PATRIMONIO	472.795.202	690.008.147	217.212.945	46%		
Capital Social	472.795.202	472.795.202	0	0%		
Resultado Del Ejercicio	0	217.212.945	217.212.945		217.212.945	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	629.795.202	939.902.185	310.106.983	49%		
TOTALES					361.397.704	361.397.704

Fuente: Elaboración propia

7.4. Flujo de caja

Tabla 21. Flujo de caja del proyecto sin financiamiento

FLUJO DE FONDOS SIN FINANCIAMIENTO O FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO							
AÑOS	2022	2023	2024	2025	2026	2027	VR
CUENTAS	0	1	2	3	4	5	
INVERSIÓN							
CAPITAL DE TRABAJO	-208.888.237						208.888.237
ACTIVOS FIJOS	-202.871.812						101.435.906
CARGAS DIFERIDOS	-60.000.000						
INGRESOS OPERACIONALES - VENTAS		4.591.777.349	5.063.196.426	5.582.981.546	6.156.091.726	6.787.994.126	
COSTOS DE PRODUCCIÓN O COSTO DE VENTAS		-3.826.481.124	-4.219.330.355	-4.652.484.622	-5.130.076.438	-5.656.661.772	
UTILIDAD BRUTA		765.296.225	843.866.071	930.496.924	1.026.015.288	1.131.332.354	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		-214.272.821	-214.272.821	-214.272.821	-214.272.821	-214.272.821	
GASTOS DE VENTAS		-188.021.836	-188.021.836	-188.021.836	-188.021.836	-188.021.836	
RESULTADO OPERACIONAL O ANTES DE IMPUESTO		363.001.568	441.571.414	528.202.268	623.720.631	729.037.698	
IMPUESTO A LA RENTA		-123.420.533	-150.134.281	-179.588.771	-205.827.808	-240.582.440	
RESULTADO NETO	-471.760.049	239.581.035	291.437.133	348.613.497	417.892.823	488.455.257	
DEPRECIACIÓN MAQUINARIA, MOBILIARIO Y EQUIPO		20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	
AMORTIZACIÓN DEL DIFERIDO		1.108.594	1.108.594	1.108.594	1.108.594	1.108.594	
FLUJO DE FONDOS NETO DEL PROYECTO	-471.760.049	260.689.629	312.545.728	369.722.091	439.001.417	509.563.852	
TOTAL COSTOS Y GASTOS		4.475.616.847	4.921.893.574	5.413.956.821	5.944.026.711	6.540.121.309	

Fuente: Elaboración propia

Al analizar el flujo neto de efectivo se logra analizar que el flujo neto del proyecto en el año 1 es negativo dado a que en este periodo se realiza la inversión, sin embargo, \$471.760.049

COP es un valor muy alto por lo cual se debe buscar una fuente de financiación con el fin de mejorar este rubro.

Tabla 22. Flujo de caja del proyecto con financiamiento

FLUJO DE FONDOS CON FINANCIAMIENTO O FLUJO DE FONDOS DEL INVERSIONISTA							
CUENTAS AÑOS	2022	2023	2024	2025	2026	2027	VR
	0	1	2	3	4	5	
INVERSION							
CAPITAL DE TRABAJO	-208.888.237						208.888.237
ACTIVOS FIJOS	-202.871.812						101.435.906
CARGAS DIFERIDOS	-60.000.000						
FINANCIAMIENTO	157.000.000						
INGRESOS OPERACIONALES – VENTAS		4.591.777.349	5.063.196.426	5.582.981.546	6.156.091.726	6.787.994.126	
COSTO DE VENTAS		-3.826.481.124	-4.219.330.355	-4.652.484.622	-5.130.076.438	-5.656.661.772	
UTILIDAD BRUTA		765.296.225	843.866.071	930.496.924	1.026.015.288	1.131.332.354	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		-214.272.821	-214.272.821	-214.272.821	-214.272.821	-214.272.821	
GASTOS DE VENTAS		-188.021.836	-188.021.836	-188.021.836	-188.021.836	-188.021.836	
RESULTADO OPERACIONAL		363.001.568	441.571.414	528.202.268	623.720.631	729.037.698	
GASTOS NO OPERACIONALES Y FINANCIEROS		-33.891.046	-29.075.520	-23.039.734	-15.474.470	-5.992.156	
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS		329.110.522	412.495.894	505.162.534	608.246.161	1.033.369.684	
IMPUESTO A LA RENTA		-111.897.578	-140.248.604	-171.755.262	-200.721.233	-341.011.996	
RESULTADO NETO	-314.760.049	217.212.945	272.247.290	333.407.272	407.524.928	692.357.688	
DEPRECIACION MAQUINARIA, MOBILIARIO Y EQUIPO		20.287.181	20.287.181	20.287.181	20.287.181	20.287.181	
AMORTIZACIÓN DEL DIFERIDO		12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	
AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA		-19.003.540	-23.819.065	-29.854.851	-37.420.115	-46.902.429	
FLUJO DE FONDOS NETO DEL PROYECTO	-314.760.049	230.496.586	280.715.406	335.839.602	402.391.994	677.742.441	
TOTAL COSTOS Y GASTOS	-314.760.049	4.374.564.404	4.790.949.136	5.249.574.274	5.748.566.798	6.405.960.581	

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior indica que el rubro de flujo de fondos netos del proyecto mejora con el financiamiento que se espera obtener. De igual manera, el flujo de caja que se espera obtener con el proyecto, donde en el año 1 se realiza la inversión y a partir del año 2 el flujo de caja aumenta considerablemente debido a que en este año se espera obtener las ganancias de las ventas, permitiendo tener un flujo de caja positivo.

7.5. Análisis del punto de equilibrio

Tabla 23. Información para el análisis del punto de equilibrio

INFORMACIÓN PARA EL ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	
COSTOS FIJOS	IMPORTE
Gastos administrativos	17.856.068
Gastos de ventas	15.668.486
Gastos financieros	1.791.215
Total costos fijos mensual	35.315.770
Costos variables unitario	186.220
Precio de venta unitario sin IVA	223.464

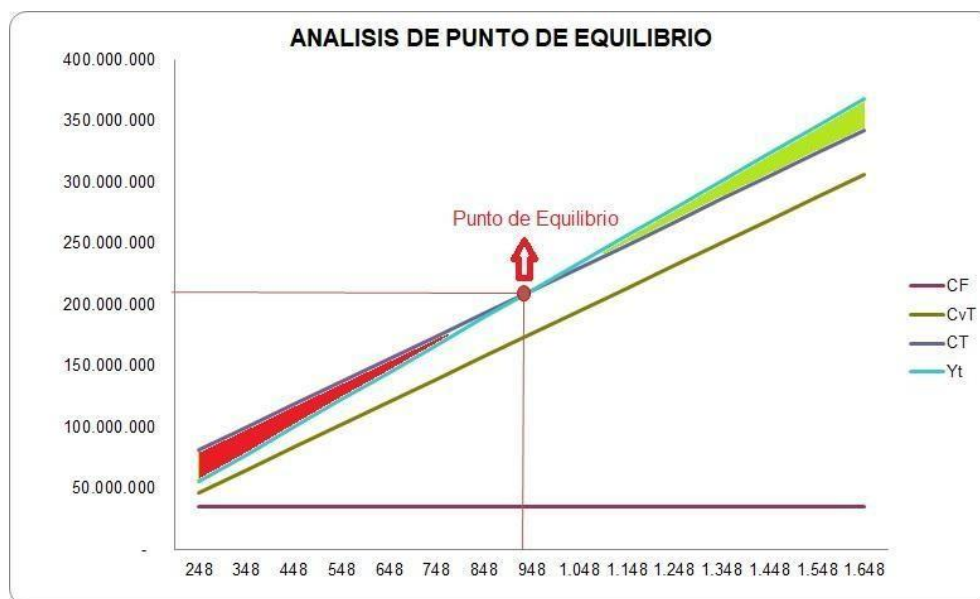
Fuente: Elaboración propia

Tabla 24. Punto de Equilibrio

ANÁLISIS DE PUNTO DE EQUILIBRIO					
CANTIDAD	COSTOS FIJOS	COSTOS VENTAS TOTALES	COSTOS TOTALES	INGRESOS TOTAL	UTILIDAD
248	35.315.770	46.225.010	81.540.780	55.470.012	-26.070.768
348	35.315.770	64.846.987	100.162.758	77.816.385	-22.346.373
448	35.315.770	83.468.965	118.784.735	100.162.758	-18.621.977
548	35.315.770	102.090.942	137.406.712	122.509.130	-14.897.582
648	35.315.770	120.712.919	156.028.689	144.855.503	-11.173.186
748	35.315.770	139.334.896	174.650.666	167.201.876	-7.448.791
848	35.315.770	157.956.874	193.272.644	189.548.248	-3.724.395
948	35.315.770	176.578.851	211.894.621	211.894.621	0
1.048	35.315.770	195.200.828	230.516.598	234.240.994	3.724.395
1.148	35.315.770	213.822.805	249.138.575	256.587.366	7.448.791
1.248	35.315.770	232.444.782	267.760.553	278.933.739	11.173.186
1.348	35.315.770	251.066.760	286.382.530	301.280.112	14.897.582
1.448	35.315.770	269.688.737	305.004.507	323.626.484	18.621.977
1.548	35.315.770	288.310.714	323.626.484	345.972.857	22.346.373
1.648	35.315.770	306.932.691	342.248.461	368.319.230	26.070.768

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 19. Punto de Equilibrio.



Fuente: Elaboración propia

A partir de los datos de la tabla y la gráfica se logra identificar que la cantidad mínima que se debe vender para no tener pérdidas es de 948 unidades, las cuales tendrían un costo e ingreso total de \$211.894.621 COP.

8. Evaluación Financiera.

8.1. Valor Presente neto - VPN

El valor presente neto (VPN) es el valor de los flujos de efectivo proyectados, descontados al presente. Es un método de modelado financiero utilizado por los contadores para la elaboración de presupuestos de capital y por analistas e inversores para evaluar la rentabilidad de las inversiones y proyectos propuestos.

El método del valor presente neto (VPN) también es conocido como valor actual neto (VAN) y se utiliza para evaluar inversiones actuales o potenciales y te permite calcular el rendimiento de inversión (ROI) esperado.

Fórmula

$$VPN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)_1} + \frac{FNE_2}{(1+i)_2} + \frac{FNE_3}{(1+i)_3} + \frac{FNE_4}{(1+i)_4} + \frac{FNE_5}{(1+i)_5}$$

P	Inversión Inicial
FNE	Flujo neto de efectivo
I	Tasa de descuento

Tabla 25. VPN con financiamiento

FLUJO DE FONDOS NETOS CON FINANCIAMIENTO- CALCULO VPN		
2022	0	-314.760.049
2023	1	230.496.586
2024	2	280.715.406
2025	3	335.839.602
2026	4	402.391.994
2027	5	677.742.441
VPN		\$533.922.173
		FACTIBLE

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 25. VPN con financiamiento

Se observa como en el año 2022 se encuentra en pérdidas, esto explicado porque al contarse como el año 0; es decir cuando se realiza la inversión los resultados del ejercicio serán negativos.

Sin embargo, a partir del año 2023 cuando ya se contarán con ventas y por ende se obtendrán resultados positivos, a partir del año 4 las ganancias aumentaran considerablemente esto porque ya se han reducido las obligaciones financieras. Finalmente, el valor presente neto o valor actual neto para el presente proyecto es de \$533.922.273 COP permitiendo dar a conocer la viabilidad del financiamiento.

Tabla 26. VPN sin financiamiento

FLUJO DE FONDOS NETOS SIN FINANCIAMIENTO- CALCULO VPN		
2022	0	-471.760.049
2023	1	260.689.629
2024	2	312.545.728
2025	3	369.722.091
2026	4	439.001.417
2027	5	509.563.852
VPN		401.089.578
FACTIBLE		

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 26, se puede apreciar el VPN sin financiamiento donde se observan los periodos de flujos de caja libre, para el periodo cero se indica el valor negativo ya que es el periodo de la inversión inicial por un valor de \$ 471.760.049 COP el valor es mucho mayor; dado que no se cuenta con el financiamiento de los \$ 157.000.000 COP de pesos y finalmente como resultado un valor del VPN por \$401.089.578 COP dado que el valor es positivo el criterio de la VPN afirma que el proyecto se acepta e indica que los dineros invertidos en el proyecto rentan a una tasa superior a la tasa de interés.

8.2. Tasa Interna de retorno

La TIR o Tasa Interna de Retorno, es la tasa de interés o rentabilidad que genera un proyecto. Y se encarga de medir la rentabilidad de una inversión. Esto quiere decir, el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá esta, para los montos que no hayan sido retirados del proyecto. Y funciona como una herramienta complementaria del valor Presente Neto.

- Si la $TIR > k$, se acepta el proyecto de inversión. Porque la tasa de rendimiento interno que obtendremos será superior a la tasa mínima de rentabilidad que exige la inversión.
- Si la $TIR = k$, se presentaría una situación similar a la que se produce cuando el VAN es igual a cero. Aquí se podría llevar a cabo la inversión en caso de que se mejore la posición competitiva de la empresa y que no existan alternativas más favorables.
- Si la $TIR < k$, se debe rechazar el proyecto, ya que no se está alcanzando la rentabilidad mínima que le pedimos a la inversión.

Tabla 27. Tasa Interna de retorno con financiamiento

FLUJO DE FONDOS NETOS CON FINANCIAMIENTO- CALCULO TIR		
2022	0	-314.760.049
2023	1	230.496.586
2024	2	280.715.406
2025	3	335.839.602
2026	4	402.391.994
2027	5	677.742.441
TIR		88%

Fuente: elaboración propia

A partir de los datos expuestos en la tabla anterior se puede demostrar que la TIR del proyecto será del 88% con financiamiento, esto quiere decir que el proyecto devolverá la inversión con

esta tasa. Es así que se puede deducir que se acepta el proyecto de inversión, dado que la tasa de rendimiento interno es positiva.

Tabla 28. Tasa Interna de retorno sin financiamiento

FLUJO DE FONDOS NETOS SIN FINANCIAMIENTO- CALCULO TIR		
2022	0	-471.760.049
2023	1	260.689.629
2024	2	312.545.728
2025	3	369.722.091
2026	4	439.001.417
2027	5	509.563.852
TIR		63%

Fuente: Elaboración propia

Al observar la TIR sin financiamiento en la cual se determina que el proyecto devuelve el capital invertido con una tasa interna de retorno del 63%, inferior al 88% que se obtiene con el financiamiento. Sin embargo, cabe resaltar que en ambos casos la TIR indica que la realización del proyecto es viable.

8.3. Periodo de recuperación de la inversión – PRI

Tabla 29. PRI con financiamiento

FLUJO DE FONDOS NETOS CON FINANCIAMIENTO- CÁLCULO PRI		
2022	0	-314.760.049
2023	1	230.496.586
2024	2	280.715.406
2025	3	335.839.602
2026	4	402.391.994
2027	5	677.742.441
VPN		512.511.697
INVERSIÓN		\$314.760.049
FUAE		\$208.817.323
PRI		1,42

Fuente: Elaboración propia

Una vez realizados los cálculos, en la tabla anterior se observa que el periodo de recuperación de la inversión es corto, dado que se ubica en un periodo de un año con el financiamiento.

Tabla 30. PRI sin financiamiento

FLUJO DE FONDOS NETOS SIN FINANCIAMIENTO- CÁLCULO PRI		
2022	0	-471.760.049
2023	1	260.689.629
2024	2	312.545.728
2025	3	369.722.091
2026	4	439.001.417
2027	5	509.563.852
VPN		380.303.393
INVERSIÓN		471.760.049
FUAE		\$154.950.485
PRI		2,48

Fuente: Elaboración propia

El periodo de recuperación de la inversión sin financiamiento es de 2 años, siendo levemente más largo que con financiamiento.

Tabla 31. Razón de ingreso o inversión con financiamiento

RAZÓN DE INGRESO A INVERSIÓN PROYECTO CON FINANCIAMIENTO			
Año		Flujo de Fondos netos del proyecto	Razón ingreso inversión
2022	1	230.496.586	0,7
2023	2	280.715.406	0,9
2024	3	335.839.602	1,1
2025	4	402.391.994	1,3
2026	5	677.742.441	2,2
INVERSIÓN			314.760.049

Fuente: Elaboración propia

La tabla anterior, indica que la razón de ingreso con financiamiento será de \$314.760.049 COP. Es así, como se especifica que por cada unidad monetaria de inversión la empresa tendrá 2,2 unidades de ingreso para el año 5 del proyecto.

Tabla 32. Razón de ingreso o inversión con financiamiento

RAZÓN DE INGRESO A INVERSIÓN PROYECTO SIN FINANCIAMIENTO			
Año		Flujo de Fondos netos del proyecto	Razón ingreso inversión
2022	1	260.689.629	0,6
2023	2	312.545.728	0,7
2024	3	369.722.091	0,8
2025	4	439.001.417	0,9
2026	5	509.563.852	1,1
INVERSIÓN			471.760.049

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 32, se muestra que la razón de ingreso sin financiamiento será de \$471.760.049. Por tanto, se indica que por cada unidad monetaria de inversión la

comercializadora tendrá 1,1 unidades de ingreso para el año 5 del proyecto. Monto inferior al que se obtendría si se tiene acceso al financiamiento.

Tabla 33. Razón costo-beneficio financiamiento sin financiamiento

RAZON BENEFICIO COSTO PROYECTO SIN FINANCIAMIENTO		
Año	Flujo de Fondos netos del proyecto	Flujo de costos del proyecto
2022	260.689.629	4.475.616.847
2023	312.545.728	4.921.893.574
2024	369.722.091	5.413.956.821
2025	439.001.417	5.944.026.711
2026	509.563.852	6.540.121.309
Razón Beneficio costo.		0,067

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se puede demostrar que le proyecto sin financiamiento tendrá un beneficio del 6,7%. Dejando así ver que financieramente es rentable.

Tabla 34. Razón costo-beneficio con financiamiento

RAZON BENEFICIO COSTO PROYECTO CON FINANCIAMIENTO		
Año	Flujo de Fondos netos del proyecto	Flujo de costos del proyecto
2022	230.496.586	4.374.564.404
2023	280.715.406	4.790.949.136
2024	335.839.602	5.249.574.274
2025	402.391.994	5.748.566.798
2026	677.742.441	6.405.960.581
Razón Beneficio costo.		0,067

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior, se puede analizar que el proyecto con financiamiento tendrá un beneficio igual que el de sin financiamiento, obteniendo un 6,7%. Dejando claro que el proyecto de exportación de fajas luxury a L.A es beneficiosa con y sin financiamiento.

9. Impacto Social y Ambiental

9.1. Impacto social

El impacto social que se espera tener con el presente proyecto radica principalmente en aprovechar la oportunidad de posicionamiento que está teniendo este tipo de prendas en el mercado norteamericano y con la exportación de fajas femeninas se contribuye a la diversificación de la canasta exportadora colombiana. Además, existe un impacto en Estados Unidos específicamente en la ciudad de Los Ángeles donde las mujeres adquieren este producto por estética, belleza, corrección de postura, moldeamiento postoperatorio y complementándolo con ejercicio dando como resultado una vida saludable, mayor seguridad y autoestima en las mujeres angelinas que logran verse mejor; teniendo en cuenta que la obesidad en mencionado país es un problema que afecta a más del 30% de adultos y las fajas incentivan a las mujeres a querer verse bien y mejorar su estilo de vida.

9.2. Impacto ambiental

El impacto que se espera tener con este proyecto es contribuir al medio ambiente con su empaque biodegradable, en el cual implementamos las bolsas para la comercialización de las fajas en un material amigable con el planeta. Por tanto, las bolsas en papel Earth Pact o papel natural provienen de la fibra de la caña de azúcar como materia prima principal. Además, este producto tiene una gran valoración en la concientización, dado que cuenta con cortos tiempos de renovación o descomposición que varían entre los 8 y 10 meses, comparándose con otras fuentes de fibra que tardan de 8 a 15 años. Estas bolsas ecológicas permiten salvaguardar ecosistemas forestales que son los que mayormente se encuentran afectados por la producción de papel y sus derivados, adicionalmente son libres de químicos, blanqueadores y su elaboración reduce de

forma drástica el consumo de agua, previene la generación de residuos sin necesidad de perder más masa forestal. (Learchivo, 2020)

Ventajas de las bolsas en papel Earth Pact:

- Ahorro de un 20% de agua en su proceso de producción.
- Reducción de un 7% de energía.
- Disminución del 7% de las emisiones CO2.
- Reducción de la tala de árboles.
- Es un material totalmente libre de químicos blanqueadores
- Menor impacto ambiental que el papel o cartón común.
- Es biodegradable.

CONCLUSIONES

1. La primera conclusión que nos arroja el proyecto es que existe una gran oportunidad para las fajas colombianas en el mercado de los Estados Unidos, gracias a una alta demanda de este tipo de productos de procedencia colombiana.
2. Una vez realizados los procesos del estudio y evaluación financiera se puede responder a la pregunta de investigación de forma positiva ya que variables de gran importancia como el valor presente neto, la tasa interna de retorno, el periodo de recuperación de la inversión y el flujo neto de efectivo arrojaron valores positivos demostrando así la viabilidad de realizar el proyecto.
3. Dentro de las proyecciones de la demanda, se espera que para el año 2027 nuestra población objetivo será de 103.986 de la cual se espera captar el 2,7% y poder cumplir con la meta de exportación de 2.791 unidades mensuales.
4. Una vez realizados los estudios financieros se concluye que se requiere una financiación de \$157.000.000 COP, para que el proyecto tenga un mejor funcionamiento.
5. Frente al análisis administrativo se pudo determinar por el objeto social que se va a utilizar para la creación de la empresa como una comercializadora internacional, dado los beneficios que tiene.
6. Frente a la investigación del proyecto se mostró los requisitos de etiqueta exigidos tanto en el país de origen como en el de destino los cuales en algunos casos son muy similares.
7. El componente logístico permitió identificar el tipo de embalaje y empaque que se utilizaran mostrando también que se ubicaran 60 unidades por cada caja.

RECOMENDACIONES

1. La principal recomendación que surge luego de realizar esta investigación es el aprovechar la demanda que existe en el mercado internacional para este tipo de productos y de esta manera las empresas colombianas logren diversificar sus mercados y aprovechar las ventajas del comercio internacional
2. Es importante que se tenga en cuenta las normas de etiquetado y sistemas de comercialización para que de esta manera el posicionamiento del producto en el mercado extranjero se realice de una mejor manera.
3. Implementar el uso de materiales biodegradables es necesario tanto para la comercialización de productos, como para la conservación y transporte de los mismos. Puesto que es fundamental contribuir a la conservación del medio ambiente.

BIBLIOGRAFÍA

- abogadocolombia. (2022). *abogadocolombia*. Obtenido de <https://abogadocolombia.wordpress.com/>
- ANALDEX . (2022). *Analdex* . Obtenido de <https://www.analdex.org/2022/03/14/informe-de-exportaciones-enero-diciembre-de-2021/#:~:text=Durante%20el%20a%C3%B1o%202021%2C%20el,crudos%20y%20caf%C3%A9%20sin%20tostar.>
- Arbelaez Melguiso , J. D., Avella Melo , Y. A., & Figueroa Acosta , C. E. (2020). *Estudio de las ventajas competitivas del comercio electrónico para la exportación de fajas y prendas de control hacia los Estados Unidos*. . INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO.
- BancoMundial . (2020). *Banco Mundial*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD?locations=PA-PE>
- Bella Silueta. (2023). *Bella Silueta*. Obtenido de <https://bellasilueta.com.mx/product/>
- Camelo, A. F. (2003). *FAO*. Obtenido de <http://www.fao.org/3/Y4893S/y4893s00.htm#Contents>
- Capture the Atlas. (2023). *Capture the Atlas*. Recuperado el 2023, de <https://capturetheatlas.com/es/mapa-de-los-angeles/>
- Carrillo, J. I. (2022). *Exportacion de esmaltes desde Bogota- Colombia hacia New York- Estados Unidos*. Bogotá: Univeridad Antonio Nariño.
- CECOEX. (2020). *¿Qué es la Logística Internacional? Importancia, Tipos y Cadena*. Obtenido de <https://cecoexlogistics.com/que-es-la-logistica-internacional-importancia-tipos-y-cadena/>
- Claros, R. D. (2008). *PLAN DE MERCADEO PARA LA EMPRESA FAJA FLEX*. UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE.
- Colombia Trade. (2023). <https://www.colombiatrader.com.co/contacto/preguntas-frecuentes/que-documentos-se-requiren-para-exportar>. Obtenido de <https://www.colombiatrader.com.co/contacto/preguntas-frecuentes/que-documentos-se-requiren-para-exportar>
- Corrales, J. D. (2018). *Diseño de un plan exportador para la empresa Five Fashion*. Universidad EAFIT.
- DatosMacro. (2021). *Datos Macro*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/demografia/poblacion/usa>
- DIAN. (2022). *Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales* . Obtenido de <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaEstructuraArancelaria.faces>

- DIAN. (2023). *MUISCA DIAN*. Obtenido de <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefResultadoConsNomenclaturas.faces>
- Enciclopedia Económica*. (2010). Obtenido de <http://www.economia48.com/>
- España, O. E. (2019). *Requisitos para la importación de productos textiles. Etiquetado y normas de seguridad*. Embajada de España.
- Fajasgaless. (5 de enero de 2017). *Fajasgaless*. Obtenido de Historia de las fajas: <https://www.fajasgaless.com/historia-las-fajas/>
- Fernández, M. (2011). *Enciclopedia Jurídica Online*. Obtenido de <https://diccionario.leyderecho.org/aduana/>
- FMI . (2022). *Fondo Monetario Internacional* . Obtenido de <https://www.imf.org/es/News/Articles/2022/04/12/blog041222-sm2022-weo-ch4>
- Forbes Colombia. (28 de 12 de 2020). *Forbes Colombia*. Obtenido de <https://forbes.co/2020/12/28/actualidad/exportacion-de-fajas-colombianas-crecio-14-durante-la-pandemia/>
- GARCIA-LOMAS, O. L. (2011). *GUIA PRACTICA DE LOS INCOTERMS 2010*. MADRID: S.L. GLOBAL MARKETING STRATEGIES.
- Icex. (2022). *Red de oficinas económicas y comerciales de España*. Obtenido de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-economica-y-comercial/informacion-del-mercado/index.html?idPais=US#>
- La Republica. (2022). Obtenido de <https://www.larepublica.co/finanzas/minhacienda-preve-que-el-dolar-se-acerque-a-5-000-a-2033-que-factores-hay-detras-3384857>
- Learchivo. (2020). *Learchivo*. Recuperado el 2023, de ¿Qué es el Earth Pact?: <https://legarchivo.com/earth-pact/>
- Legiscomex. (2021). Obtenido de <https://www.legiscomex.com/>
- MásColombia. (11 de Agosto de 2021). *Colombia es el segundo exportador de fajas, después de China*. Obtenido de <https://mascolombia.com/colombia-es-el-segundo-exportador-de-fajas-a-nivel-mundial-despues-de-china/>
- Ministerio De Comercio, Industria Y Turismo. (2009). *RESOLUCIÓN NÚMERO 1264 DE 2007*.
- Muñoz, C. (2018). *Proyecto INTER-TEX*.
- Oca, J. M. (2010). *ECONOMIPEDIA*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/exportacion.html>

Osterwalder, & Pigneur. (2015). *BUSINESS MODEL CANVAS*. Central University of Venezuela.

Procolombia. (2023). *Procolombia*. Obtenido de www.colombiatrader.com.co/contacto/preguntas-frecuentes/que-es-una-comercializadora-internacional

Pymas . (2022). *PY+*. Obtenido de <https://www.pymas.com.co/ideas-para-crecer/ayuda-legal/requisitos-juridicos-para-crear-empresa>

Ricardo, D. (1817). *Principios de economía política y tributación*. Londres : John Murray.

Sanchez, J. S., Botero Hernandez, J., & Gomez D, Y. A. (2014). *Proyecto De Internacionalización De Fajas Hanna Slim*. FUNDACIÓN UNIVERSITARIA UNIPANAMERICANA.

SantaderTrade. (2020). *Santander.com* . Obtenido de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/estados-unidos/cifras-comercio-exterior>

Sculturas. (2021). *Historia de las fajas*. Obtenido de <https://vivianamicolta.com/historia-de-las-fajas/>

TradeMap. (2022). *Trade map*. Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c621220%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1