

**Trabajo de práctica empresarial**

**María Fernanda Rodríguez Laverde**

**Asesor:**

**Juan José Espinal**

**Universidad Católica Luis Amigó**

**Negocios Internacionales**

**Medellín**

**Agosto**

**2022**



## Contenido

<b>1 Información General de la Empresa .....</b>	<b>6</b>
1.1 Nombre de la marca: True Addiction .....	6
1.1.1 Nombre y demostración de elegibilidad: True Addiction By MafeLaverde	6
1.1.2 Marca .....	6
1.2 Tipo de empresa.....	7
1.2.1 Código CIU .....	7
1.3 Descripción de la empresa .....	7
1.4 Misión y Visión.....	8
1.4.1 MISION .....	8
1.4.2 VISION.....	8
1.5 Relación de productos y servicios.....	8
1.6 Ventajas competitivas .....	10
1.7 Tramites y costos .....	11
<b>2 Análisis de entorno y sector .....</b>	<b>12</b>
2.1.1 Sector al que pertenece .....	14
2.1.2 Rentabilidad del sector .....	14
2.1.3 Tamaño del sector- Tendencias de crecimiento .....	15
2.1.4 Proyección del sector.....	15

2.1.5	Estructura del sector .....	15
2.1.6	Factores claves del éxito del negocio .....	16
2.1.7	Barreras de ingreso o salidas del sector.....	17
2.1.8	Competidores.....	18
2.1.9	Clientes .....	18
<b>3</b>	<b>Análisis del mercado .....</b>	<b>19</b>
3.1	Objetivos de mercadeo.....	19
3.1.1	Objetivo general .....	19
3.1.2	Objetivos Específicos .....	20
3.2	Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios .....	20
3.3	Mercado meta de los bienes y servicios.....	21
3.4	Mercado Competidor .....	22
3.5	Mercado distribuidor.....	23
3.5.1	Distribución directa .....	23
3.5.2	Distribución de terceros.....	23
3.6	Comunicación y Actividades de Promoción y Divulgación .....	23
3.7	Plan de ventas .....	24
3.8	Encuesta.....	24
<b>4</b>	<b>Análisis de Comercio Internacional .....</b>	<b>26</b>

4.1	Tratados Comerciales.....	26
4.2	Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios.....	26
4.3	Requisitos y vistos buenos .....	28
4.4	Simulación de la capacidad exportadora a Ciudad De México .....	28
4.5	Exportador.....	29
<b>5</b>	<b>Análisis Técnico.....</b>	<b>30</b>
5.1	Descripción del proceso de producción .....	30
5.2	Recursos Materiales y Humanos.....	31
5.3	Locación.....	31
5.3.1	Requerimiento de equipos, muebles, enseres .....	31
5.3.2	Requerimiento de materias primas e insumos .....	31
5.3.3	Requerimiento de servicios .....	31
5.3.4	Requerimiento de personal .....	32
<b>6</b>	<b>Análisis Administrativo .....</b>	<b>33</b>
6.1	Estructura Organizacional del negocio (organigrama) .....	33
6.2	Costo personal.....	33
<b>7</b>	<b>Tipo de organización empresarial .....</b>	<b>34</b>
7.1	Certificaciones y gestiones con entidades publicas .....	34
<b>8</b>	<b>Análisis Financiero.....</b>	<b>36</b>

8.1	Tasas de interés impuesto y tasa de rentabilidad .....	36
8.2	Créditos y préstamos bancarios .....	36
8.3	Ingresos y egresos .....	36
8.3.1	Ingresos.....	36
8.3.2	Egresos .....	37
8.3.3	Costos Fijos y variables.....	37
8.3.4	Estados financieros.....	38
<b>9</b>	<b>Cibergrafía.....</b>	<b>41</b>

## Capítulo 1

### Formato de Creación de Empresa

#### 1 Información General de la Empresa

##### 1.1 Nombre de la marca: True Addiction

*Productos:* Prendas de vestir para mujeres de comercio nacionales e internacional, con el fin de comercializar en Colombia y ampliar el mercado con exportaciones a México.

##### 1.1.1 Nombre y demostración de elegibilidad: True Addiction By Mafe Laverde

Luego de haber hecho varias lluvias de ideas, y pensar en las mujeres como consumidoras, llegué a la conclusión de que la ropa para la mayoría de las mujeres es una adicción y siempre nos gusta vernos lindas en cualquier ocasión, por ende, decidí poner **True addiction**, ya que es una verdadera adicción.

##### 1.1.2 Marca

Luego de investigar en la camara de comercio que mi nombre empresarial estaba habilitado decidi crearlo, y a su vez las redes sociales.



The screenshot shows the RUES website interface. At the top, there are navigation links: "Consulta Beneficio a Empresarios", "Guía de Usuario Público", "Guía de Usuario Registrado", and "Cámaras de Comercio". A red button labeled "Acceso privado" is in the top right corner. On the left, a sidebar menu includes: "Inicio", "Registros", "Estado de su Trámite", "Cámaras de Comercio", "Consulta Tratamiento", "Datos Personales", "Formatos CAF", "Recaudo Impuesto de Registro", and "Registro". The main content area features a banner with a woman's image and text about the 2020 registration process. Below the banner, a search section titled "Realice su consulta empresarial o social" contains two search boxes. The first box has "TRUE ADDICTIONMF" entered and a search icon. The second box is labeled "Número de Identificación" and has a search icon. Below the second box, there is a note: "Digite el número de identificación sin puntos, guiones ni dígito de verificación."

## 1.2 Tipo de empresa

La Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS) es una modalidad que tiene beneficios tributarios y que permite que el emprendedor simplifique sus trámites y comience con un bajo presupuesto. La responsabilidad de sus socios se limita a sus aportes. La empresa puede beneficiarse de la limitación de la responsabilidad de sus socios, sin tener que tener la pesada estructura de una sociedad anónima. Para los emprendedores que deseamos empezar una empresa propia, podemos considerar constituir una SAS, ya que es un modelo de empresa que nos otorgará beneficios tributarios ideales para desarrollar proyectos y metas con mayores oportunidades.

### 1.2.1 Código CIU

Este código va de la mano de mi actividad comercial, el cual se concentra en el código **4771** comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados 4791 comercio al por menor realizado a través de Internet.

## 1.3 Descripción de la empresa

Somos una boutique de ropa de mujer para edades de 18 a 50 años, ubicada en la ciudad de Medellín en el barrio belén Fátima. Nos dedicamos a la comercialización de ropa de mujer en todo Colombia, producimos una parte de nuestras prendas y otra la traemos mediante un tercero desde los Ángeles California (USA). Somos una microempresa en constante crecimiento, contamos con un showroom cerca al centro de Medellín donde tenemos muchos de nuestros proveedores. A continuación, adjunto un mapa para que puedan observar lo central que estamos ubicados.

**Figura 1.** Ubicación de la empresa en la ciudad de Medellín



Fuente: Elaboración propia

## 1.4 Misión y Visión

### 1.4.1 MISIÓN

Ser líderes en el sector textil brindando a nuestros clientes Prendas de alta calidad y excelente precio, liderando en una excelente atención.

### 1.4.2 VISIÓN

Lograr posicionarnos dentro del mercado como una empresa líder en moda para mujeres de todas las edades en un límite de tiempo de 2 a 3 años, expandiéndonos internacionalmente, en inicio hacia el país de México.

## 1.5 Relación de productos y servicios

A continuación, presentamos las fichas técnicas de las dos prendas que manejamos todo el año en colecciones, nuestras camisas básicas y nuestros jeans básicos.

**Camisas básicas:** son elaboradas durante todo el año en tela fría, contienen un estampado de vinilo americano, la mejor calidad del mercado, manejamos variedad de colores y tallas para que todas las mujeres puedan acomodarse a ellas. (Ver tabla 1)

**Tabla 1.** Ficha técnica camisa básica True Addiction

	Color :		
Modelo : Camisa basica	blanco, negro, verde, naranja		
Temporada: Fin de año	Talla: S,M,L		
Material : Tela Fria			
Estampado: Vinilo americano			
			
MEDIDAS	talla	ancho pecho	larg total
	s	40cm	61cm
	m	42cm	63cm
	l	44.5cm	66cm

Fuente: Elaboración propia

**Jean básico:** Prenda que manejamos todo el año, no pasa de moda, manejamos variedad de tallas y la mejor tela en comodidad para las clientas.



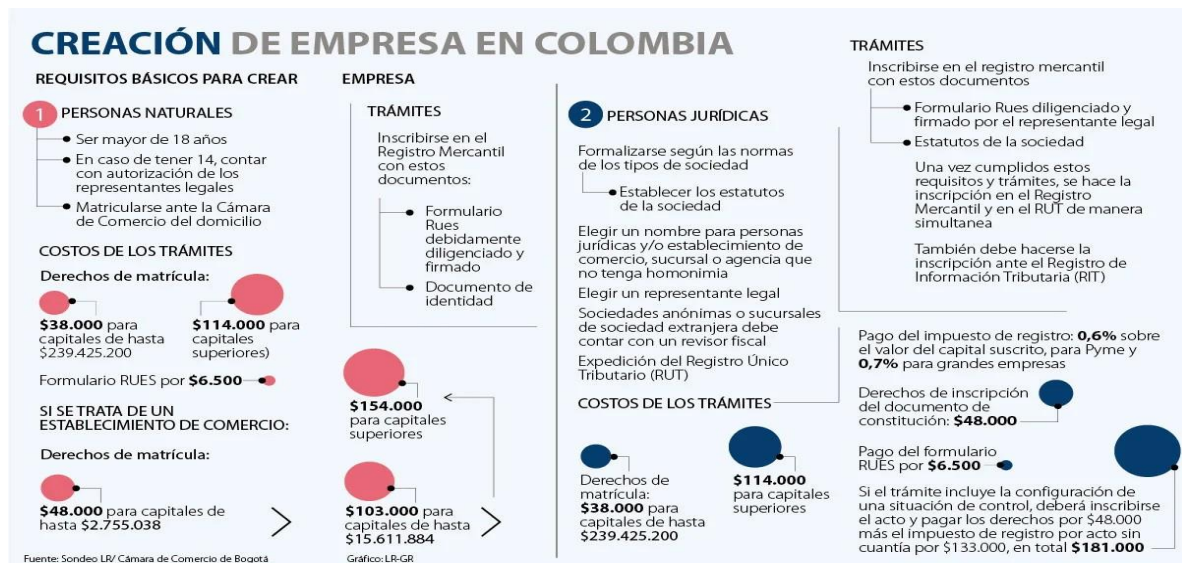
clientes lo que hace que nos diferenciamos de la competencia, llegamos a todo el territorio nacional logrando así fidelizar nuestros clientes.

### 1.7 Tramites y costos

Para los tramites y costos que necesitamos como empresa nos asesoramos en la camara de comercio. A continuación se describen los tramites y costos de la empresa:

En principio, se definen los estatutos para la empresa, los cuales tienen un precio de \$ 38.000 pesos, además se definen los derechos de inscripción que cuentan con costo de \$48.000 pesos, el formulario RUES con un costo de \$6.500 pesos, un pago de impuestos por valor de \$181.000 pesos, en conclusión se anexa la siguiente tabla que le permite a la empresa definir el seguimiento de los tramites y costos para personas naturales.

**Tabla 3.** Guia para Tramites y costos



**Tasas Signos Distintivos 2022**

Marcas | **Lemas Comerciales** | Nombres y Enseñas Comerciales | Denominación de Origen | Protocolo de Madrid | Antecedentes Marcarios | Tasas Comunes

**Tasas de marcas 2022**

A continuación podrá consultar las tasas correspondientes al año 2022. En caso de que llegase a haber una inconsistencia en algún valor, se debe tomar el valor indicado en la Resolución 63360 de 2021.

TASAS SIGNOS DISTINTIVOS - SOLICITUDES NACIONALES			
Modalidad MARCAS	En línea	En Físico	Descuento
Solicitud de registro de Marca de productos o servicios por una clase, incluidas las modificaciones relacionadas con limitaciones de productos o servicios y las no sustanciales del signo, que no sea divisional.	\$1.003.500	\$1.220.000	25%*
Solicitud de registro de Marca por cada clase adicional en una misma solicitud.	\$501.500	\$579.500	25%*
Solicitud de registro de Marcas Colectivas o de Certificación por una clase, incluidas las modificaciones relacionadas con limitaciones de productos o servicios y las no sustanciales del signo, que no sea divisional.	\$1.335.000	\$1.626.500	N/A

Fuente: Cámara de Comercio

**Capítulo 2**

**2 Análisis de entorno y sector**

True Addiction, estará legalmente constituida en el país de Colombia y exportará al país de México, ya que contamos con un Tratado de Libre Comercio entre México y Colombia y Venezuela, por medio de este tenemos muchos beneficios a la hora de exportar a dicho país facilitando el intercambio comercial (Gob., M,2014). Este acuerdo entro en Vigor en 1995 y desde entonces tenemos una excelente relación con México.

En este sentido, Colombia es el 2º socio comercial de México en América Latina y el Caribe (después de Brasil) y el primero en la Alianza del Pacífico. Tienen en común la estrecha relación con los Estados Unidos, los problemas de seguridad y la profundización de una diplomacia económica (TLC, G,2024). Estos dos países han sido vistos como democracias estables. Por tanto, Colombia se ha consolidado como uno de los socios más cercanos y estratégicos para México en la región; ambas naciones tienen una inclinación a favor del libre comercio, el incremento de la

cooperación y la inversión. Las relaciones diplomáticas entre México y Colombia se establecieron el 10 de julio de 1831.

A marzo de 2014, se cuenta con el registro de 1.068 empresas con capital colombiano registradas principalmente en Puebla, Distrito Federal, Estado de México, Tabasco y Tamaulipas (Gov, Mex,2014). Así, Colombia busca fomentar el turismo cultural e incentivar a nacionales y a extranjeros a conocer y apropiarse las costumbres y el patrimonio material e inmaterial del país. Inicialmente, éramos conocidos por productos agrarios como el café, el banano, entre otros, y podíamos exportar petróleo y carbón. Después, empezamos a exportar flores y ropa interior femenina, lo que causó que la industria de las flores, hoy sea una de las más importantes del mundo y la lencería sea reconocida a nivel mundial, por esta razón el mundo textil se ha ido dando a conocer en muchos lugares del mundo y cada vez la ropa colombiana se vuelve más apetecida.

Por otro lado, la industria textil y de confecciones es uno de los sectores manufactureros de mayor importancia para el desarrollo de la economía nacional, por sus características y potencial constituye una industria altamente integrada, altamente generadora de empleo y que utiliza en gran medida recursos naturales del país. Por tanto, la industria de la moda colombiana representa el 9,4% del PIB industrial del país y emplea alrededor de 600 mil personas.

Para el año 2019, las ventas de prendas de vestir y calzado en el país, alcanzaron un valor de USD 8 mil millones y más de 1.200 empresas colombianas, de las cuales se exportaron este tipo de bien a más de 100 países. En este sentido, el Plan Vallejo permite la importación de bienes de capital, materias primas, insumos y repuestos con exención de derechos e impuestos a la importación, sujeto al cumplimiento de compromisos de exportación de bienes o servicios finales.

Es así que Colombia cuenta con más de 16 acuerdos comerciales que le brindan acceso preferencial con cero aranceles a importantes centros de consumo y a cerca de 1.500 millones de consumidores de la industria de la moda en el mundo.

### **2.1.1 Sector al que pertenece**

**Sector:** Industria y textil

### **2.1.2 Rentabilidad del sector**

La reactivación económica durante el 2021, luego de la desaceleración, generado por los problemas de salud pública ocasionados por la pandemia, ha dejado para este sector un crecimiento en el consumo de prendas de vestir de un 53%, frente a 2020 El 52% de estos gastos se hizo en vestuario, el 19,1% en artículos y accesorios personales y el 12% en calzado. Con relación al sector textil, confección y moda en Colombia registró un crecimiento a doble dígito en las exportaciones al corte del mes de mayo. Según cifras oficiales reveladas por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), las exportaciones del segmento aumentaron por encima del 30 % en los primeros cinco meses del año, lo cual deja claro que este sector sigue creciendo en medio de la incertidumbre económica mundial. Sus exportaciones crecieron 25,6% en el primer semestre de 2022.

Durante la primera mitad del año Estados Unidos, Ecuador, México, Perú, Costa Rica, Chile y Brasil, fueron los principales compradores de moda colombiana. En tanto que Antioquia, Bogotá, Valle del Cauca, Atlántico, Cundinamarca, Santander y Risaralda fueron los departamentos más exportadores.

### **2.1.3 Tamaño del sector- Tendencias de crecimiento**

Colombia se ha posicionado como el primer exportador de confecciones en tejido plano en Suramérica en productos como sostenes, jeans, fajas y ropa de control. Respecto a las tendencias de crecimiento, la industria textil y de moda en Colombia cerraría este año con una contracción transversal de entre un 11 % y un 13 % en sus ventas, una cifra que, si bien es elevada, es muy alentadora frente a la caída del 45 % que vio la industria durante el mes de abril 2022.

### **2.1.4 Proyección del sector**

El gasto en moda en el país ascendería \$28,9 billones de pesos, lo que representa un 4,5% más que en el año 2021. Respecto a las exportaciones, se alcanzarían los \$ 844 millones de dólares, lo que representa un 4,2% más que en el año 2021. Finalmente, respecto a las importaciones, se acumularían cerca de \$ 2.749 millones de dólares, representando un 8% más que en el año 2021.

### **2.1.5 Estructura del sector**

Colombia es en la actualidad uno de los países más importantes de América Latina, después de Brasil y México, y esto se debe en gran parte a la industria textil del país, famosa por la calidad de sus productos y la innovación de sus diseños. Es así, que la industria textil está dominada por cinco compañías integradas y de gran tamaño, con un mercado sofisticado y maduro. Pero además de esto, unas 500 empresas de tamaño mediano y pequeño, las cuales también están dedicadas a la manufactura textil, dando empleos directos a unos 200.000 trabajadores, así como empleos indirectos a cerca de 600.000 personas, lo que representa más del 13% del total del empleo en el sector de la manufactura.

De acuerdo a varios estimados, los textiles de algodón dominan la industria, con un porcentaje aproximado de un 43% de la producción; seguido por hilos y tejidos, un 21%; tejidos de punto, un 19%; y productos de fibra manufacturada, un 8%.

Respecto a la ciudad de Medellín, esta se convierte en el corazón de la industria textil colombiana, en donde se produce cerca del 50% del total de los productos textiles, fibras y confecciones. Por otra parte, la ciudad de Bogotá cuenta con el 35% de la producción; y el resto de la producción se realiza en otras ciudades del país.

## **2.1.6 Factores claves del éxito del negocio**

### ***2.1.6.1 Cadena de valor***

En el mundo de la confección también tenemos una cadena de valor, el cual es el proceso por el que pasa una prenda que inicia desde la materia prima y finaliza de tres maneras: Reutilizar, reciclar o desecharlo. (Ver tabla 4)

**Tabla 4.** Cadena de valor de la confección en Colombia



Fuente: WWF

### 2.1.7 Barreras de ingreso o salidas del sector

**Barrera de entrada:** una barrera de entrada es dominar la logística de distribución vinculada a unos clientes cada vez más exigentes en este campo. Uno de los grandes problemas que tiene la industria textil, y muy especialmente la confección, es la gestión del tiempo que transcurre entre la creación de un producto y la llegada al punto de venta. Tradicionalmente el tiempo era extremadamente largo con muchos tiempos no productivos (tiempos de espera en la fase productiva, almacenes intermedios a la espera de servir el producto, fechas de entrega solicitadas por el cliente anticipadas al momento de la venta,

etc). Por tanto, estos tiempos de espera añaden costes, pero en ningún caso valor a los productos.

***Barreras de salida:*** Algunas de las barreras recurrentes en las empresas textiles se definen a partir de:

- **Instalaciones:** Al deslocalizar la producción en el extranjero, las instalaciones que precisamos son de relativa poca importancia (centro de diseño y de logística de almacenaje (no se prevén grandes stocks) y de distribución unificados en la sede de la empresa), y fácilmente vendibles o alquilables.
- **Inventarios:** Los inventarios se gestionarán por temporadas recibiendo de nuestros proveedores en el extranjero siendo rápidamente re direccionados desde nuestro almacén logístico.

### **2.1.8 Competidores**

Boutiques de la ciudad de Medellín, principalmente que se encuentren ubicados en el sector laureles y poblado, por ejemplo: Cariño santo, Kaperuza boutique, GLAM Colombia

### **2.1.9 Clientes**

Nuestra marca está dirigida a un segmento muy amplio ya que tenemos prendas para todos los gustos y edades por eso nuestros clientes son hombres y mujeres de estrato 3 a 6 a nivel nacional.

## Capítulo 3

### 3 Análisis del mercado

#### 3.1 Objetivos de mercadeo

Se realiza una reunión cada mes para analizar los siguientes ítems:

- Incrementar las ventas mes a mes (5%)
- Obtener más tráfico de manera virtual creando buenas campañas de publicidad.
- Expandir el punto físico a nivel nacional en las principales ciudades de Colombia
- Optimizar los recursos económicos para obtener mejor margen de ganancia

##### 3.1.1 Objetivo general

Ofrecer prendas de la máxima calidad y al mejor precio respecto a la competencia, asegurando una entrega y mucho más rápida.

##### 3.1.1.1 Corto plazo

Enfocar los esfuerzos en publicidad local y aumentar las ventas en un 20%, en comparación al último año de ventas.

##### 3.1.1.2 Mediano Plazo

Posicionar a True Addiction en 2 años como la tienda donde se pueda adquirir ropa de todas las edades y de cualquier estilo a la mejor calidad y en el menor tiempo.

##### 3.1.1.3 Largo Plazo

Exportar los productos creados por la empresa, en inicio al país de México, por su parte realizar importaciones de insumos o materia primar para la creación de las prendas de mujer.

### 3.1.2 Objetivos Específicos

- Mantener en constante innovación con la creación de estilos únicos y exclusivos diseñados por nuestra empresa.
- Identificar nuevos clientes a nivel nacional para la venta de los productos de la empresa
- Comercializar con la mejor calidad de las prendas a nivel nacional e internacional con los mejores tiempos del mercado

### 3.2 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios

Luego de hacer un estudio de mercadeo en la ciudad de Medellín logramos concluir que nuestros consumidores potenciales son:

**Tabla 5.** Perfil de mercado de los bienes potenciales en Colombia

Característica	Estructura socioeconómica
Estrato social	3, 4, 5 y 6
Género	Femenino - Masculino
Edad	Entre los 18 a 55 años
Estado civil	Todos
Nivel de ingresos	Más de 2 SLMV
Nivel de educación	Mayor a educación secundaria
Lugar de compra	Colombia, tienda ubicada en el sector de Medellín con envíos nacionales.

Fuente: Elaboración propia

### 3.3 Mercado meta de los bienes y servicios

A nivel nacional nos enfocamos en todas las mujeres colombianas de 18 a 55 años, tenemos prendas para todas las mujeres que les guste verse bien y darse gustos. A nivel internacional, nos enfocamos en México, exactamente en el Ciudad de México D.F, personas con las siguientes descripciones:

**Tabla 6.** Perfil de mercado de los bienes potenciales en México

Característica	Estructura socioeconómica
Estrato social	3, 4, 5 y 6
Género	Femenino - Masculino
Edad	Entre los 18 a 55 años
Estado civil	Todos
Nivel de ingresos	Más de 2 SLMV
Nivel de educación	Mayor a educación secundaria
Lugar de compra	Colombia, tienda ubicada en el sector de Medellín con envíos nacionales.

Fuente: Elaboración propia

Lo que se busca con la empresa es proveer a las mujeres que les gusta verse bien, salir a restaurantes y lugares lindos de los países seleccionados, mujeres que les gusta la vida fit y cuidar de ellas, felices, divertidas y seguras de sí misma. También mujeres empoderadas y con una

autoestima alto. Al igual se busca abrir mercado con el público masculino, ya que muchos hombres se ven obligados o con la intención de tener detalles hacia sus seres amados: las mujeres.

El cliente ideal, lo podemos describir mediante el **Buyer persona**, el cual tiene una personalidad que se diferencia de cada individuo e influye en su comportamiento de compra. Esta se refiere a las características psicológicas únicas que generan respuestas relativamente consistentes y duraderas en el entorno individual. Se describe en términos de rasgos como confianza en sí mismo, dominio, sociabilidad, autonomía, adaptabilidad y agresividad (Kotler & Armstrong, 2008).

Una de las experiencias que hemos tenido con la marca es con la joven, Daniela, “mujer de 28 años, abogada, vive en Llano Grande Antioquia, le gusta divertirse darse gustos, trabajar y disfrutar la vida”.

### 3.4 Mercado Competidor

Algunas de las marcas competidoras en el sector al que pertenece nuestra empresa son:

- **Competidor indirecto:**

Zara, Bershka.

- **Competidor directo:**

Cariño Santo boutique, kaperuza boutique

- **Competidor potencial:**

Tiendas online de ropa de mujer en la ciudad de Medellín

### 3.5 Mercado distribuidor

#### 3.5.1 Distribución directa

Contamos con un punto físico en la ciudad de Medellín lo que facilita una distribución directa esto quiere decir que todos nuestros clientes pueden venir directamente por sus prendas y así mismo tener una confiabilidad a la hora de una compra virtual de manera efectiva.

#### 3.5.2 Distribución de terceros

- **Mercado local:** Se distribuye mediante un tercero, la cual es una empresa de domicilios llamada "el socio" su atención es de 9 a 6 pm, envíos en toda el área metropolitana, el precio varía de 8 mil a 15 mil depende del barrio al que se dirija el servicio, costo que incurre el cliente.
- **Mercado nacional:** Se distribuye mediante un tercero, la cual es una transportadora Inter rapidísimo, costo que varía entre 13.500 a 20.000 depende de destino y tamaño del pedido.

Estas dos empresas contribuyen a que el envío sea rápido y seguro.

### 3.6 Comunicación y Actividades de Promoción y Divulgación

A continuación, se define el medio de promoción o publicidad que se desarrolló en esta primera instancia para la proyección de la empresa. En la figura 2, se puede observar la marca de la empresa.

**Figura 2.** Marca de la empresa



Fuente: elaboración propia

Se define como Slogan: siempre femenina y se parte de unos costos de comunicación con pagos de \$450.000 por servicio publicitario de Facebook, el cual se realiza un gasto mensual y pago de \$150.000 para publicidad por medio de influencer, al igual es mensual este gasto.

### **3.7 Plan de ventas**

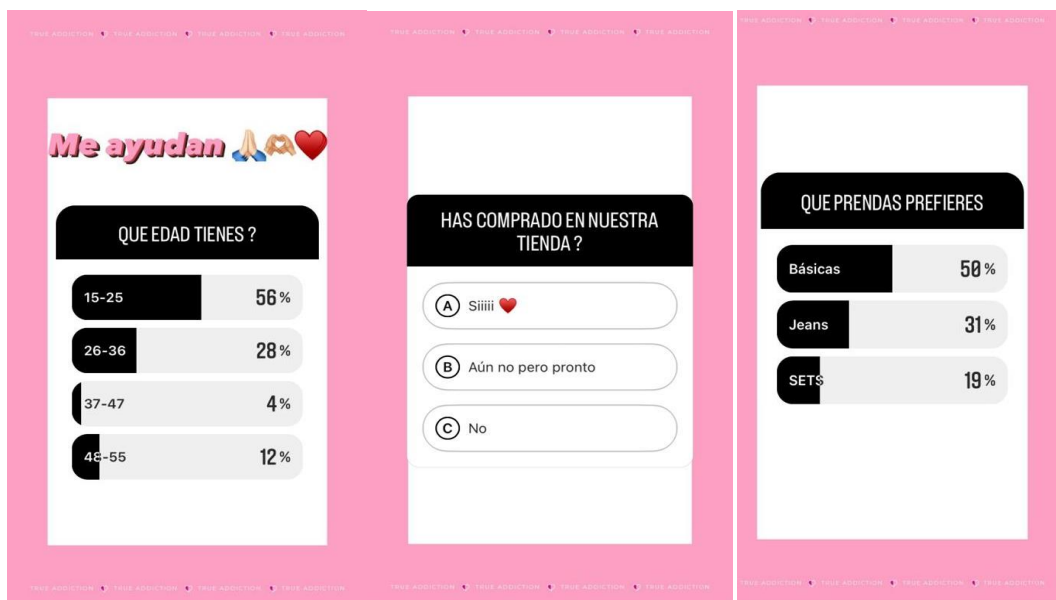
True Addiction y su equipo de ventas a nivel Colombia, asegura vender 7 millones mensuales mediante los siguientes parámetros: Generar nuevos clientes cada día, incremento de ventas en clientes ya existentes, mediante promociones a fin de mes, además de mantener capacitado y motivado al equipo de ventas, innovar, en campañas y punto físico, y finalmente, por medio de un buen manejo de redes sociales

### **3.8 Encuesta**

- Realizada por el Instagram de la empresa
- DATOS:
  - ¿Cuántos años tiene?

- ¿Alguna vez ha comprado el producto “X”?
  - ¿Qué prendas te gustan más, básicas, jeans, SETS?
- Se anexa evidencia de la encuesta realizada en nuestra red social, en la cual tenemos 24.000 seguidoras orgánicas.

**Tabla 7.** Encuestas Instagram



## Capítulo 4

### 4 Análisis de Comercio Internacional

#### 4.1 Tratados Comerciales

**Tratado de Libre Comercio Estados Unidos – Colombia:** El cierre de la negociación del Tratado de Libre Comercio –TLC- de Colombia con los Estados Unidos representa un gran éxito de la política de integración comercial con el mundo, que viene adelantando el gobierno colombiano. Con el TLC, Colombia logra acceso preferencial permanente a los Estados Unidos, que se suma al que ya tenemos en México y los países de Suramérica. Por tanto, la integración comercial con el mercado más grande del mundo convierte a Colombia en una plataforma de exportaciones y nos convierte en un polo atractivo para la inversión nacional y extranjera. Más inversiones y más capital son el complemento ideal para impulsar nuestro espíritu empresarial. En este sentido, sus cartas adjuntas y sus entendimientos fueron suscritos en Washington, el 22 de noviembre de 2006

**Tratado de Libre Comercio México – Colombia:** El Tratado del Grupo de los Tres (TLC-G3), integrado por **México, Colombia** y Venezuela, se firmó el 13 de junio de 1994 y entró en vigor el 1 de enero de 1995, mediante la Ley de la República de Colombia No. 172 de 1994. Caricom y México (1995)

#### 4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios

Código numérico que se asigna a todas aquellas mercancías que vayan a ser importadas o exportadas; permite conocer cuáles serán los aranceles de importación, trámites de exportación en

origen, los requisitos de importación en destino o las posibles medidas de política comercial que afectan esas mercancías.

la DIAN: ([www.dian.gov.co](http://www.dian.gov.co)) es el único ente 1 oficial autorizado para determinar estas clasificaciones en Colombia.

Posición arancelaria país de origen

Colombia: Sección XI materias textiles y sus manufacturas, Capítulo 61 prendas y complementos (accesorios) de vestir de punto.

Código: 6102,6104,6106

Posición arancelaria país de destino (México):

6104.42.03.01

Tabla 8. Información DIAN Colombia.

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 Mercancía	•	•	•	•

DIAN - MUISCA - ARANCEL		Perfil de la mercancía						
Consultas Arancel		DATOS GENERALES						
General		Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
Por medidas		ARIAN	6102.10.00.00			01-ene-2007	...	
Por código de nomenclatura								
Estructura nomenclatura								
Índice alfabético arancelario								
Reglas generales de la nomenclatura								
Por texto								
		Descripción	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares, de punto, para mujeres o niñas, excepto los artículos de la partida 61.04. - De lana o pelo fino			01-ene-2007	...	
		Unidad física	u - Unidades o artículos			01-ene-2007	...	

Fuente: <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefPerfilMercancia.faces>

### 4.3 Requisitos y vistos buenos

Los vistos buenos se deben tramitar y obtener con anterioridad a la realización de la exportación o importación, de conformidad con las normas vigentes que requiera el producto.

Superintendencia de industria y comercio

- Certificado de conformidad con la norma técnica colombiana, para productos controlados por esta entidad
- Ver Normas Técnicas Oficiales obligatorias. Circular Externa Incomex No. 034/99 - Circular Externa SIC No. 003/99(Telas, calzado, neumáticos, juguetes).

Fuente tabla: [https://www.legiscomex.com/Documentos/vistos\\_buenos](https://www.legiscomex.com/Documentos/vistos_buenos)

### 4.4 Simulación de la capacidad exportadora a Ciudad De México

Para llevar a cabo una exportación al país de México se debe cumplir con los siguientes requisitos

Certificado de Origen, Documentos de transporte y de cumplimiento de regulaciones y/o restricciones, Padrón de exportadores sectorial, Manifiesto de la carga, Factura comercial en origen, Aprobación de la oferta comercial, Carga correctamente embalada y etiquetada en origen

Note que la Aduana Colombiana no acepta Waybill, únicamente House Bill of Lading.

Lista de empaque: Entre los trámites y documentos para exportar en México se encuentra el packing list o lista de empaque que permite conocer los detalles de las mercancías a exportar.

Entre los datos que deben incluirse en ella son los siguientes:

Información del exportador, Información del importador, Marcas, Número de los bultos, Lugar y fecha de emisión-Modo de embarque-Cantidad de bultos, Descripción de la mercancía, Total de los pesos brutos/netos, Tipo de embalaje, Firma y sello del exportador

#### 4.5 Exportador<sup>1</sup>

Se realiza una simulación de exportación a México ya que aún no hemos hecho nuestra primera exportación real

**Tabla 9**



Fuente: Propia

<sup>1</sup> Se analizó el proceso, requisitos y la posible ruta que haríamos cuando logremos realizar la exportación, adjunto mapa especificando .

## Capítulo 5

### 5 Análisis Técnico

#### 5.1 Descripción del proceso de producción

Somos una microempresa, incursionando en el mundo textil, por el momento tercerizamos todos los procesos que a continuación se muestra en la tabla.

Por semana se sacan dos referencias nuevas, para un total de 8 prendas por mes.

#### Tabla de costos Mensual

A continuación, adjunto tabla de nuestro proceso de producción, aunque aún somos una mini empresa tenemos una tabla de costos mensual y por ahora tercerizamos nuestros procesos de producción y adicionalmente tenemos un proveedor de prendas americanas al cual le compramos colección mensualmente.

**Tabla 10**

1)Compra de tela	\$ 5 millones
2)Corte	\$ 400 por prenda
3)Confección	\$ Precio varía de acuerdo a prenda y tela
4)Empaque	\$ Bolsas en tela 1800 C/U
5)Transporte	\$ 8000-15.000 por servicio
6)Compra a proveedores	\$5.000.000
7) Pagos Varios	\$200.000

## **5.2 Recursos Materiales y Humanos**

Contamos con dos confeccionistas, encargadas de las prendas marca propia que estamos empezando a producir, ellas cobran depende de la cantidad y estilo, ya que no son directamente de la empresa si no que mediante ellas tercerizamos

Recursos materiales: tela, insumos de confección, Computadores, celulares, datafonos, estantería, escritorio, calculadora.

## **5.3 Locación**

Estamos ubicados en la ciudad de Medellín en el barrio belén Fátima este es nuestro punto de venta y atención a clientes.

### **5.3.1 Requerimiento de equipos, muebles, enseres**

En el Showroom contamos con la estantería para exhibir las prendas, un espejo led, un letrero con el logo en led, dos sillones, 1 computador portátil, 1 datafono, 1 ragg, una mesa, un Vestier.

### **5.3.2 Requerimiento de materias primas e insumos**

Tenemos dos proveedores de telas los cuales son:

Lafayette, Portofino, tenemos una empresa encargada del corte y otra de la confección ambas ubicadas en el centro de Medellín

### **5.3.3 Requerimiento de servicios**

En el showroom, pagamos los servicios públicos con acceso a luz, agua, internet energía.

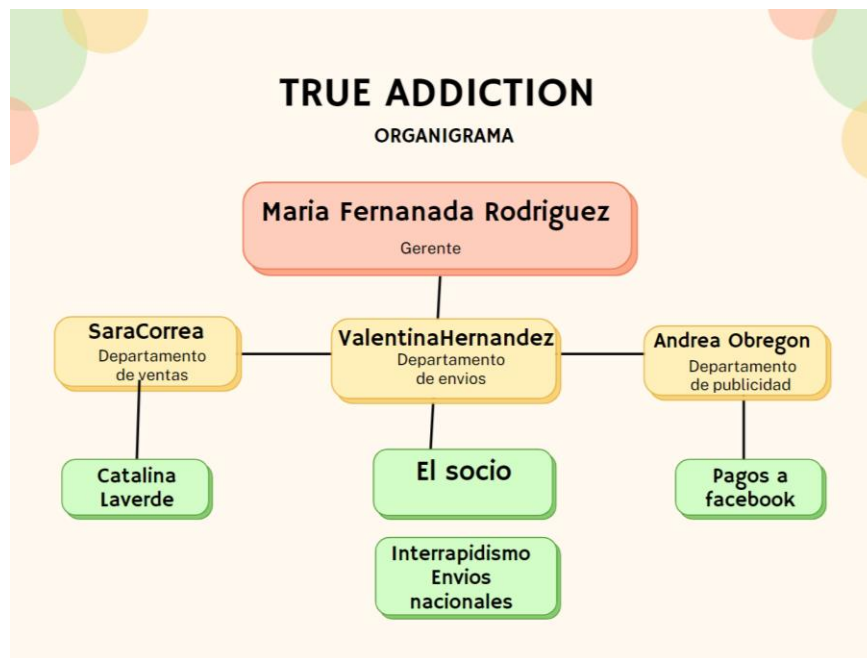
#### **5.3.4 Requerimiento de personal**

Contamos con dos trabajadoras las cuales trabajan desde casa, una atiende la línea de mayoristas y la otra atiende la línea de las prendas al detal. Y una trabajadora encargada de las publicidades, este es un trabajo que contratamos una vez al mes (prestación por servicios)

## Capítulo 6

### 6 Análisis Administrativo

#### 6.1 Estructura Organizacional del negocio (organigrama)



#### 6.2 Costo personal

A continuación, adjunto tabla de costo personal que incurrimos mensualmente en nuestra empresa, los procesos todos los tercerizamos con empresas muy responsables y especializadas en el tema correspondido, para asegurar nuestras ventajas competitivas (precio, tiempo, calidad)

**Tabla 11.**

Costo	\$
Mensajería Medellín	8000 x domicilio
Mensajería Nacional	15.000 por envío

Vendedora #1	Pago por comisión
Vendedora #2	Pago por comisión
Confeccionista	Precio varía depende de la prenda
Corte	Precio varía depende de la prenda

## **7 Tipo de organización empresarial**

### **7.1 Certificaciones y gestiones con entidades publicas**

A continuación, adjunto RUT

El RUT, administrado por DIAN, constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas por la DIAN, así como aquellos que por disposición legal deban hacerlo o por decisión de la DIAN conforme con las normas legales y reglamentarias vigentes.

Figura 3.

DIAN		Formulario del Registro Único Tributario		001	
3. Concepto <input type="checkbox"/> 1 Actualización		4. Número de formulario 14857748617		5. Situación electrónica	
5. Número de Identificación Tributaria (NIT) 1 0 3 9 4 6 5 0 7 2 9		6. DV 9		12. Dirección seccional Presente de Nación 1 1	
<b>IDENTIFICACION</b>					
24. Tipo de contribuyente Persona natural o sucesión legítima 2		25. Tipo de documento Cédula de Ciudadanía 1 3		26. Número de identificación 1 0 3 9 4 6 5 0 7 2	
27. Fecha expedición 2 0 1 3 0 9 0 3		28. País COLOMBIA 1 6 9		29. Departamento Antioquia 0 5	
31. Primer apellido RODRIGUEZ		32. Segundo apellido LAVERDE		33. Primer nombre MARIA	
34. Segundo nombre FERNANDA		35. Razon social TRUE ADDICTION		36. Nombre comercial TRUE ADDICTION	
<b>UBICACION</b>					
38. País COLOMBIA 1 6 9		39. Departamento Antioquia 0 5		40. Ciudad/Municipio Medellín 0 0 1	
41. Dirección principal CL 32 C 65 B 24					
42. Correo electrónico trueaddition@outlook.es					
43. Código postal 0 5 0 0 3 0		44. Teléfono 1 3 5 0 6 9 7 5 7 9 8		45. Teléfono 2 3 2 1 6 1 2 1 0 4 1	
<b>CLASIFICACION</b>					
46. Código 4 7 7 1		47. Fecha inicio actividad 2 0 1 9 0 5 0 1		48. Código 0	
49. Fecha inicio actividad 2 0 1 9 0 5 0 1		50. Código 1 2		51. Código 1 3 1 4	
<b>Responsabilidades, Calidades y Atributos</b>					
53. Código 5 2 2 4 9					
55. Impto. renta y compr. régimen ordinario					
56. Obligado a cumplir deberes formales al					
57. No responsable de IVA					
<b>Obligatos aduaneros</b>			<b>Exportadores</b>		
54. Código 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20			55. Forma 56. Tipo Servicio 1 2 3		
57. Modo 58. CPC			59. Fecha 2022 - 08 - 31 / 20 22 03		
<p><b>IMPORTANTE:</b> En perjuicio de las actualizaciones a que haya lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario (RUT), tendrá vigencia indefinida y en consecuencia no se exigirá su renovación.</p> <p>Para uso exclusivo de la DIAN</p>					
60. Asesna SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		61. No. de Folio 0		62. Fecha 2022 - 08 - 31 / 20 22 03	
<p>La información suministrada a través del formulario oficial de inscripción, actualización, suspensión y cancelación del Registro Único Tributario (RUT), deberá ser veraz y exacta, en caso de constatarse inexactitud en alguno de los datos suministrados se adelantarán los procedimientos administrativos sancionatorios o de suspensión, según el caso.</p> <p>Parágrafo del artículo 1.6.1.2.20 del Decreto 1625 de 2016</p> <p>Firma del solicitante: RODRIGUEZ LAVERDE MARIA FERNANDA</p> <p>984. Nombre: RODRIGUEZ LAVERDE MARIA FERNANDA</p> <p>985. Cargo: CONTRIBUYENTE</p>					
Fecha generación documento PDF: 31-08-2022 09:20:25PM					

Fuente: DIAN



## Capítulo 8

### 8 Análisis Financiero

#### 8.1 Tasas de interés impuesto y tasa de rentabilidad

#### 8.2 Créditos y préstamos bancarios

- Bancolombia: monto para el préstamo 6.000.000

 <small>NIT. 890.903.938-8</small>	 <small>L 0000006140104359 008</small>	
<small>Consecutivo Asesor: <u>57195</u></small>	<small>Número de solicitud: <u>0000000000410394904</u></small>	
<small>CLIENTE:          MARIA FERNANDA RODRIGUEZ          LAVERDE          SUCURSAL:          BELEN          TIPO DE PLAN: <u>P70</u>          DESTINO ECONÓMICO:          OTROS          MODALIDAD INTERÉS: <u>Vencido</u>          % TASA VARIABLE: <u>0.0000</u>          PERÍODO DE GRACIA: <u>No tiene</u>          FECHA SOLICITUD: <u>21 de Febrero de 2022</u></small>	<b>ANEXO DE OPERACIÓN ACTIVA</b> <small>C.C. O NIT: <u>1.039.465.072</u>          VALOR: <u>\$6.000.000.00</u>          TIPO OPERACIÓN:  <u>OPE. ESPECIF. CARTER</u>          FRECUENCIA PAGO CAPITAL:  <u>Mensual</u>          DESTINACIÓN PRÉSTAMO:  <u>Preaprobados Microcr</u>          CÓDIGO TASA VARIABLE:  <u>TASA INTERÉS EFECTIVA HOY:</u>  <u>40.8965 %</u>          F. VENCIMIENTO:  <u>21 de Febrero de 2024</u></small>	<small>PLAZO: <u>24</u>          CLASIFICACIÓN DE LA CARTERA:  <u>Préstamo Microcrédito</u>          FRECUENCIA PAGO INTERÉS:  <u>Mensual</u>          TASA INTERÉS NOMINAL HOY:  <u>34.7800 %</u>          PUNTOS ADICIONALES: <u>+ 0.000</u>          TASA DE INTERÉS DE MORA A HOY:  <u>44.6200 %</u>          CLASE DE GARANTÍA:  <u>Garantía Personal</u></small>

#### 8.3 Ingresos y egresos

##### 8.3.1 Ingresos

Ingresos mensuales	\$
Ventas al por mayor	4.000.000
Venta al detal	4.000.000
Línea Maquillaje-bolsos	1.000.000

### 8.3.2 Egresos

<b>Egresos</b>	<b>\$</b>
Cuentas por pagar	375.000
Gastos administrativos	200.000
Gastos de ventas	500.000
Salarios	200.000

### 8.3.3 Costos Fijos y variables

<b>Fijos</b>	
Servicios	200.000
Internet	130.000
Sueldos	2.000.000
Proveedores	5.000.000

<b>Variables</b>	
Materia prima	500.000
Costos de distribución	500.000

### 8.3.4 Estados financieros

ESTADOS FINANCIEROS TRUE ADDICTION		
	2020	2021
<b>ACTIVOS</b>		
EFFECTIVO	6.900.000	10.000.000
INVENTARIO	5.000.000	10.000.000
CX COBRAR	400.000	500.000
PP PLANTA Y EQ	2.300.000	1.800.000
<b>TOTAL ACT</b>	<b>14.600.000</b>	<b>22.300.000</b>
<b>PASIVOS</b>		
C X PAGAR	100.000	400.000
PASIVOS ACTULES	500.000	900.000
GASTOS	2.000.000	4.000.000
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>2.600.000</b>	<b>5.300.000</b>
<b>PATRIMONIO</b>		
GANANCIAS	7.000.000	10.000.000
FONDOS PROPIOS	5.000.000	7.000.000
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>12.000.000</b>	<b>17.000.000</b>
	0	0

En el año 2020 nuestro inventario disminuyó en un 50% debido a las ventas que tuvimos y no incurrimos en compra de más inventario, nuestro efectivo disminuyó porque fue invertido en propiedad planta y equipo. Nuestras cuentas por pagar disminuyeron porque no incurrimos en compra de inventario a crédito.

#### 8.3.4.1 Estado de pérdidas y ganancias

TRUE ADDICTIONMF		
PERDIDAS Y GANANCIAS		
2020-2019		
	2020	2019
Ventas Netas	120.000.000	108.000.000
Costo de las ventas	48.000.000	60.000.000
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>72.000.000</b>	<b>48.000.000</b>
Gast Markertin	5.400.000	5.000.000
Gastos adm	20.000.000	12.000.000
G de operación	40.000.000	24.000.000
<b>Resul neto operaciones</b>	<b>6.600.000</b>	<b>7.000.000</b>
Ingresos financieros	1.900.000	1.500.000
Gastos financieros	1.000.000	800.000
Otros egresos	500.000	300.000
<b>Resultado antes de imp</b>	<b>7.000.000</b>	<b>7.400.000</b>
Impuestp sobre la renta	3.000.000	2.000.000
<b>RESULTADO NETO</b>	<b>4.000.000</b>	<b>5.400.000</b>

A pesar de que el año 2019 al 2020 nuestras ventas incrementaron y nuestros costos de ventas disminuyeron se presentó un aumento casi del 50% en los gastos de administración y operación los cuales impidieron que el resultado neto en el 2020 fuera mayor que en el 2019.

### 8.3.4.2 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA												
DETALLE DE INGRESOS	MES1	MES2	MES3	MES4	MES5	MES6	MES7	MES8	MES9	MES10	MES11	MES12
Ingresos por ventas	5.000.000	5.500.000	6.000.000	6.500.000	6.900.000	7.000.000	7.200.000	7.500.000	7.800.000	8.000.000	9.000.000	10.000.000
Cobro de deudas	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.800.000	2.800.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>7.500.000</b>	<b>8.000.000</b>	<b>8.500.000</b>	<b>9.000.000</b>	<b>9.700.000</b>	<b>9.800.000</b>	<b>10.200.000</b>	<b>10.500.000</b>	<b>10.800.000</b>	<b>11.000.000</b>	<b>12.000.000</b>	<b>13.000.000</b>
<b>Detalle de egresos</b>												
servicios publicos	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000
<b>EGRESOS EN CONSUMO</b>	<b>200.000</b>	<b>200.000</b>	<b>200.000</b>	<b>200.000</b>	<b>200.000</b>	<b>200.000</b>	<b>200.000</b>	<b>250.000</b>	<b>250.000</b>	<b>250.000</b>	<b>250.000</b>	<b>250.000</b>
Compra de mercancia	1.500.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	3.000.000
Salarios	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Pago proveedores	3.000.000	3.000.000	3.500.000	3.500.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	5.000.000	4.000.000
<b>EGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>6.500.000</b>	<b>7.000.000</b>	<b>7.500.000</b>	<b>7.500.000</b>	<b>9.000.000</b>	<b>9.000.000</b>	<b>9.000.000</b>	<b>9.000.000</b>	<b>10.000.000</b>	<b>10.000.000</b>	<b>11.000.000</b>	<b>11.000.000</b>
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>6.700.000</b>	<b>7.200.000</b>	<b>7.700.000</b>	<b>7.700.000</b>	<b>9.200.000</b>	<b>9.200.000</b>	<b>9.200.000</b>	<b>9.250.000</b>	<b>10.250.000</b>	<b>10.250.000</b>	<b>11.250.000</b>	<b>11.250.000</b>
<b>SALDO NETO</b>	<b>800.000</b>	<b>800.000</b>	<b>800.000</b>	<b>1.300.000</b>	<b>500.000</b>	<b>600.000</b>	<b>1.000.000</b>	<b>1.250.000</b>	<b>550.000</b>	<b>750.000</b>	<b>750.000</b>	<b>1.750.000</b>

El resultado mensual neto no presenta una variación tan alta entre meses, se puede ver afectado o puede variar de acuerdo a nuestra variación de ingresos, la compra de mercancía y el pago a proveedores, ya que por ejemplo al comparar enero a diciembre se puede inferir que en el mes de diciembre por ser un mes de temporada, se presento una alta demanda por lo tanto debía invertir en compra de mercancía y así mismo el pago a proveedores incrementaba.

## 9 Cibergrafía

- <https://www.tributi.com/ayuda/actividades-economicas-validas-2020-codigos-ciiu>
- <https://www.gob.mx/ejn/articulos/caracteristicas-de-la-relacion-bilateral-mexico-colombia>
- <https://investincolombia.com.co/es/sectores/manufacturas/industria-de-la-moda>
- <https://textilespanamericanos.com/textiles-panamericanos/2019/09/colombia-crece-importancia-de-la-industria-textil/>
- <https://www.sic.gov.co/tasas-signos-distintivos>
- <https://pe.fashionnetwork.com/news/El-sector-textil-confeccion-y-moda-de-colombia-aumenta-sus-exportaciones-a-doble-digito,1421749.html>
- [https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/5273/ValentinaBoteroGuti%20E9rrez\\_2014.pdf?sequence=2](https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/5273/ValentinaBoteroGuti%20E9rrez_2014.pdf?sequence=2)
- <https://www.tlc.gov.co/getattachment/acuerdos/vigente/acuerdo-de-promocion-comercial-estados-unidos/1-antecedentes/tratado-de-libre-comercio-colombia-estado-unidos-r/tratado-de-libre-comercio-colombia-estado-unidos-resumen.pdf.aspx>
- <https://procolombia.co/publicaciones/guia-practica-para-clasificar-la-partida-arancelaria-de-su-producto>
- <https://www.inexmoda.org.co/informe-del-sector-abril-2022/>
- <https://forbes.co/2022/08/01/negocios/colombiamoda-2022-dejo-expectativas-de-compra-por-us-255-millones/>

- <https://www.colombiatriade.com.co/contacto/preguntas-frecuentes/como-identifico-la-posicion-arancelaria#:~:text=Se%20trata%20de%20un%20c%C3%B3digo,pol%C3%ADtica%20comercial%20que%20afectan%20esas>
- [http://www.apta.com.mx/aptace/tarifa/tarifa\\_detalle.php?fraccion=6204.43.99](http://www.apta.com.mx/aptace/tarifa/tarifa_detalle.php?fraccion=6204.43.99)
- <https://mundi.io/exportacion/documentos-necesarios-para-exportar/>