

Plan de Negocio con Proyección Internacional

LUXURY MOTION

Luisa María Chaverra Jaramillo

Yasmin Alexandra Vasquez Suarez

Universidad Católica Luis Amigó

Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables

Negocios Internacionales

Medellín

2025



Tabla de contenido

Palabras clave	6
Resumen.....	9
Antecedentes.....	11
Modelo de negocio	12
Comercio Electrónico y Página Web.....	12
Redes Sociales y Estrategia de Marketing Digital	13
Fabricación Local y Exportación	13
Franquicia e Internacionalización	14
Producto y Servicio a Comercializar.....	14
Matriz de preselección de mercados	15
Equipo emprendedor.....	17
Modelo de negocio canvas	18
Socios claves	18
Actividades claves	19
Necesidades del Público Objetivo	19
Presupuesto	20
Requisitos Legales.....	21
Registro del Negocio.....	21
Permisos de Importación y Exportación.....	21
Etiquetado y Normativa Textil.....	21
E-commerce y Protección de Datos.....	21
Recursos claves	22
Talento Humano.....	22
Recursos Físicos (Dispositivos Digitales).....	23
Recursos Tecnológicos (Infraestructura Digital y Conectividad).....	24
Propuesta de valor	26
Relación con el cliente	28
Mejores Opciones de Automatización y Posicionamiento en Redes	28
1. Automatización del Servicio al Cliente	28
2. Redes Sociales para Posicionamiento y Rating.....	28
3. Estrategia de Fidelización y Retención de Clientes.....	29

Canales de comunicación	29
Plataforma Tecnológica.....	29
Software Avanzado	30
E-mail Marketing	30
WhatsApp.....	30
Redes Sociales	30
Branding.....	31
Segmento de clientes.....	31
1. Boutiques y Tiendas Multimarca	31
2. Gimnasios y Centros Deportivos.....	31
3. Tiendas Online y Marketplaces de Moda.....	32
4. Empresas y Corporaciones (Wellness Corporativo)	32
5. Equipos Deportivos y Entrenadores Personales.....	33
Estructura de costos.....	33
Costos Fijos.....	33
Costos Variables	34
Canales de distribución.....	37
Principales Canales de Distribución	37
Modelos de Logística para la Distribución	38
Empresa.....	40
Requisitos Legales	40
Requisitos para la Constitución de una S.A.S. con Operaciones de Comercio Exterior en Colombia	41
Pasos para Registrar una LLC en EE.UU.....	41
RUES (registro único empresarial)	42
Certificado de Cámara de Comercio.....	42
RUT (registro único tributario)	44
Objeto social de la empresa.....	44
Actividades Específicas	45
Misión	46
Visión.....	46
Objetivos	47
Objetivos a Corto Plazo (1-2 años):.....	47
Objetivos a Mediano Plazo (3-4 años):	48

Objetivos a Largo Plazo (5 años):.....	48
Organigrama.....	49
Análisis de producción.....	50
Contextualización.....	50
Proceso productivo.....	51
Capacidad instalada nacional e internacional.....	52
Certificaciones para control de calidad nacionales e internacionales.....	52
Análisis financiero y contable.....	54
Simulador de costos.....	58
Marketing mix.....	60
Canal de Venta.....	63
Adecuación del producto para mercados internacionales (estados unidos).....	64
Producto:.....	64
Empaque:.....	65
Posicionamiento de marca.....	66
Estrategia de valor:.....	66
Enfoque de posicionamiento:.....	66
¿Cómo hacer el estudio de mercado?.....	66
Investigación Primaria:.....	66
¿Posicionamiento directo o indirecto?.....	67
Posicionamiento Directo.....	67
Posicionamiento Indirecto.....	68
Contactos comerciales.....	68
Tratamiento arancelario.....	71
Desde Colombia a Estados Unidos.....	71
Desde Estados Unidos a Colombia.....	71
Requisitos sanitarios (Colombia y EE.UU.).....	72
Requisitos técnicos (Colombia).....	73
Requisitos técnicos (ee.uu).....	74
Ruta de importación y exportación.....	74
Precio.....	75
2. Margen de Ganancia.....	75
3. Conversión a Pesos Colombianos.....	76
Aplicación:.....	76

Criterios para la selección y priorización de mercados (EE.UU.)	77
Oportunidades y Amenazas.....	80
Criterios para la selección y priorización de mercados en Brasil	81
Criterios de Selección:.....	81
Oportunidades y Amenazas en el Mercado Brasileño	83
Conclusión	84
Referencias bibliográficas.....	87

Palabras clave

Exportación: Proceso de envío de productos desde Colombia a mercados internacionales.

Importación: Compra e ingreso de mercancías desde otros países, como China, hacia Colombia.

FCA (Free Carrier): Incoterm en el que el vendedor entrega la mercancía en un lugar acordado, con transporte principal a cargo del comprador.

Sabaneta: Municipio colombiano donde se realiza el proceso de etiquetado, empaque y distribución nacional e internacional.

Boston: Ciudad estadounidense seleccionada como mercado objetivo para exportación.

Ropa deportiva: Producto principal del emprendimiento, compuesto por leggings, shorts y tops.

Inteligencia de mercados: Proceso de análisis de datos y tendencias para identificar oportunidades y amenazas en mercados internacionales.

Brasil: Segundo mercado objetivo para la exportación del producto.

Estados Unidos: Principal mercado de destino para la internacionalización del producto.

Logística internacional: Gestión del transporte, almacenamiento y distribución de productos entre países.

Certificados de calidad: Documentos que avalan la conformidad del producto con normas técnicas y de seguridad.

Canal directo: Estrategia de distribución donde el producto va directamente del fabricante al consumidor final.

Marketplace: Plataforma digital para la venta de productos, como Amazon o Mercado Libre.

Promoción: Actividades destinadas a dar a conocer el producto y estimular su compra.

Segmentación: División del mercado en grupos con características similares para dirigir mejor las estrategias de marketing.

Precio medio-alto: Nivel de precios orientado a consumidores con poder adquisitivo intermedio-alto.

Ferias: Eventos comerciales que permiten la exposición del producto ante compradores y distribuidores internacionales.

Alianzas: Acuerdos estratégicos con otras empresas o entidades para facilitar la entrada al mercado.

Plan Vallejo: Instrumento colombiano que permite importar insumos con beneficios tributarios para productos que serán exportados.

Matriz comparativa: Herramienta para analizar y comparar variables entre mercados objetivo.

Transporte marítimo: Medio de transporte utilizado para mover grandes volúmenes de mercancía entre puertos internacionales.

Aduanas: Autoridades responsables del control de ingreso y salida de mercancías en las fronteras.

Estrategia omnicanal: Integración de canales físicos y digitales para mejorar la experiencia del cliente.

Documentación comercial: Conjunto de papeles requeridos para cumplir con las normativas aduaneras y comerciales internacionales.

Agente de aduanas: Persona profesional y capacitada, con el conocimiento necesario para manejar los trámites aduaneros necesarios para el ingreso de las mercancías al territorio aduanero nacional.

Nacionalización: Proceso en el cual la mercancía queda ingresada al sistema, luego de realizar todas las verificaciones pertinentes de manera interna.

Incoterms: International commercial terms, son términos de negociación los cuales son pactados en las negociaciones previas, los cuales determinan las responsabilidades de las partes.

Arancel: Un arancel es un impuesto o gravamen que se aplica sólo a los bienes que son importados o exportados.

Fletes: Valores que se dan por conceptos de transporte, tanto internacionales como nacionales, este siendo el valor total pagado por la operación.

TRM: Tasa representativa del mercado, es el valor que se le da al peso en relación con el dólar americano. Este valor es emitido por el Banco de la República.

Resumen

Luxury Motion plantea el diseño y desarrollo de un emprendimiento enfocado en la producción y exportación de prendas deportivas (leggings, shorts y tops), bajo una estrategia omnicanal con presencia tanto física como digital, y con proyección internacional hacia mercados como Estados Unidos y Brasil. La empresa basa su modelo de negocio en un enfoque transnacional, integrando importación de insumos desde Asia, valor agregado en Colombia y comercialización internacional.

Entre los procesos más relevantes del proyecto se destacan:

- **Análisis de producción:** estableciéndose un proceso productivo híbrido, combinando importación de prendas semielaboradas y su personalización en Colombia (estampado, etiquetado, empaque), lo que permite control de calidad y diferenciación.
- **Evaluación financiera y de costos:** se estructuró una inversión inicial viable (USD 3.000) y se proyectó un modelo sostenible a 5 años con simulaciones de rentabilidad y apalancamiento mediante crédito financiero.
- **Logística internacional:** se definió el Incoterm FCA como modalidad operativa y se diseñaron rutas logísticas aéreas, marítimas y terrestres entre Sabaneta (Antioquia) y Boston (EE.UU.), considerando también el acceso a puertos estratégicos como Cartagena y el puerto de Boston.
- **Adecuación del producto al mercado internacional:** se identificaron las normas técnicas y sanitarias, requisitos de etiquetado, empaque y documentación exigida por los mercados de destino, cumpliendo así con las regulaciones de la U.S. Consumer Product Safety Commission (CPSC) y el INMETRO en Brasil.

- **Inteligencia de mercados y análisis comparativo:** utilizando herramientas como Trade Map y Legiscomex, se priorizaron EE.UU. y Brasil según variables como demanda, competencia, costos logísticos, preferencias arancelarias y facilidad de entrada.
- **Plan de mercadeo y comercialización:** se plantearon estrategias de posicionamiento a través de redes sociales, marketplaces, relaciones públicas, ferias, aliados comerciales y venta directa. Se seleccionó el canal directo del fabricante al consumidor como modelo inicial de distribución.

Desde el punto de vista de viabilidad, el proyecto demuestra sostenibilidad técnica, operativa y financiera. El mercado internacional muestra un crecimiento constante en la demanda de ropa deportiva, mientras que la producción nacional permite flexibilidad, calidad y cumplimiento normativo. Además, el uso de instrumentos como el Plan Vallejo contribuye a la optimización tributaria y mejora la competitividad.

En conclusión, este proyecto representa una iniciativa viable y con alto potencial de crecimiento, que responde a las tendencias globales de consumo consciente, deporte y bienestar, ofreciendo una alternativa diferenciada desde Colombia para el mercado internacional.

Antecedentes

La boutique de ropa deportiva para mujeres fue creada en marzo de 2024, con el objetivo de empoderar a las mujeres a través de prendas de alta calidad y estilo, motivando a mantener un estilo de vida saludable mientras se sienten cómodas, elegantes y seguras de sí mismas. Su origen remonta a octubre de 2023, cuando la fundadora experimentó una transformación personal al retomar sus entrenamientos en el gimnasio, descubriendo que su habilidad para combinar prendas deportivas atraía la atención de otras mujeres. Este reconocimiento la inspiró a crear una boutique que no sólo ofreciera ropa funcional, sino que también combinará estilo y confort. En el verano de 2024, la fundadora viajó a Estados Unidos para seleccionar una colección exclusiva de prendas deportivas de alta calidad y diseño, buscando siempre materiales innovadores y en tendencia. La estrategia comercial de la boutique se basa en ofrecer productos que se adapten a las necesidades de mujeres activas, con un enfoque claro en la versatilidad de las prendas, permitiendo que puedan ser usadas tanto para el ejercicio como en el día a día, sin perder la elegancia. Además, la empresa desarrolla contenido atractivo en redes sociales, proporcionando tips de moda, recomendaciones de entrenamiento y consejos para lograr un look siempre en tendencia sin sacrificar comodidad. La visión de la boutique es convertirse en una marca personal que inspire a las mujeres no solo a comprar ropa, sino a llevar un estilo de vida activo y saludable, mientras se sienten bellas y empoderadas. Su misión es ofrecer prendas que acompañen a las mujeres en su jornada fitness y en su vida cotidiana, brindándoles

confianza, comodidad y un toque de moda. El plan de acción incluye desarrollar su presencia en redes sociales, crear contenido de calidad, establecer alianzas con entrenadores y expertos en fitness, y organizar eventos y talleres que fortalezcan la relación con las clientas y fomenten la comunidad.

Modelo de negocio

El modelo de negocio de la boutique se basa en una estrategia omnicanal que integra el comercio electrónico y la venta física mediante una presencia destacada en redes sociales y una página web, lo que permite una conexión directa con el cliente y un alto grado de personalización en la experiencia de compra. El negocio tiene un enfoque transnacional que no solo busca posicionarse en el mercado local colombiano, sino también expandirse internacionalmente mediante la exportación y la creación de alianzas estratégicas. Las prendas ofrecidas en la boutique provienen principalmente de Estados Unidos, con el objetivo de importar calidad, innovación y tendencias internacionales para ofrecerlas a las mujeres colombianas. Al mismo tiempo, se busca desarrollar una línea de ropa fabricada localmente en Colombia, que se exportará a Estados Unidos y otros mercados internacionales, destacando la calidad y el diseño único de la moda colombiana.

Comercio Electrónico y Página Web

Una página web, es un canal principal de ventas, dado el crecimiento exponencial del comercio electrónico, especialmente en sectores como la moda y el bienestar. A través de una página web intuitiva y optimizada para dispositivos móviles, los clientes

podrán navegar por las colecciones, realizar compras de manera sencilla y acceder a contenido adicional, como vlogs de moda, entrenamiento y asesoramiento sobre cómo combinar las prendas para diferentes ocasiones. La página web será el corazón del negocio, funcionando como una plataforma de venta directa, pero también como un espacio interactivo donde se refuerza la conexión con la comunidad.

Redes Sociales y Estrategia de Marketing Digital

Las redes sociales serán fundamentales para el crecimiento y la difusión de la marca. Plataformas como Instagram, Facebook y TikTok permiten una interacción constante con los consumidores, fomentando una comunidad activa que comparte intereses, storytimes, y tips en moda, fitness y bienestar. A través de publicaciones, historias y anuncios pagados, se generarán estrategias de marketing de influencia, alianzas con entrenadores y embajadores de la marca, y contenido visual que resalta el estilo de vida saludable y activo que promueve la boutique. Las redes sociales no solo actuarán como un canal de ventas indirecto, sino como una herramienta para mantener la relación con los clientes, conocer sus preferencias y comportamientos, lo cual permitirá una mejor personalización del servicio y la oferta.

Fabricación Local y Exportación

Aunque las prendas iniciales provienen de Estados Unidos, se planea crear una línea de ropa deportiva diseñada y fabricada localmente en Colombia. Esta línea tiene como objetivo destacar la habilidad y creatividad de los diseñadores colombianos, y utilizará materiales de alta calidad disponibles en el mercado local. La producción local permitirá generar empleo y fortalecer la economía, además de ser una ventaja competitiva, pues muchos consumidores buscan productos con sello local y sustentable. Esta línea se exportará principalmente a Estados Unidos, donde la demanda de productos de moda colombiana es alta, especialmente en el sector de ropa deportiva que resalta la calidad y el diseño.

Franquicia e Internacionalización

A largo plazo, la boutique contempla la posibilidad de expandirse mediante el modelo de franquicia, lo que permitirá a emprendedores interesados replicar el negocio en diversas ciudades de Colombia y en mercados internacionales. Para facilitar este crecimiento, se desarrollará un manual de operaciones, asegurando que la calidad del producto y la experiencia de compra sean consistentes en todos los puntos de venta. A medida que se consoliden los mercados en Colombia y Estados Unidos, se evaluarán otras oportunidades de internacionalización, priorizando países donde exista una fuerte demanda de ropa deportiva femenina y una creciente conciencia de la importancia de un estilo de vida saludable.

Producto y Servicio a Comercializar

El producto principal a comercializar serán prendas deportivas de alta calidad que combinen funcionalidad, estilo y comodidad. Las colecciones están diseñadas tanto para mujeres que inician su camino hacia un estilo de vida activo como para aquellas que ya se ejercitan regularmente, proporcionando opciones versátiles que puedan ser usadas tanto en el gimnasio, espacios al aire libre o en la vida diaria. Estas prendas estarán compuestas por tejidos de alta tecnología que favorecen el movimiento y la transpiración, sin comprometer el estilo. Además, la boutique ofrecerá asesoramiento personalizado a través de la página web y redes sociales, ayudando a las clientas a elegir las mejores opciones para su tipo de cuerpo y sus actividades. En un futuro, se planea ampliar la oferta de productos incluyendo accesorios deportivos, como mochilas, gorras y botellas de agua, todo alineado con la filosofía de bienestar integral de la marca.

Matriz de preselección de mercados

Empresa: luxury motion		Posición arancelaria: 6104.63.0000						Fecha: 01/05/2025		
Variable	Estados unidos	P	C	R	Observaciones	Brasil	P	C	R	Observaciones
Importaciones colombianas país seleccionado	20,00%	6%	2	,12		6,60%	6%	5	0,3	
Crecimiento de las importaciones %	7,60%	6%	3	,18	Tasa de crecimiento anual 2024	12%	6%		0,18	Valor disminuido en comparación con febrero 2024.
Participación de las importaciones colombia	15%	3%	4	0,12		0.11%	3%	1	0,03	
Exportaciones totales colombianas hacia el país seleccionado	27%	6%	3	,18	Valor del 2023	4,10%	6%	5	0,3	
Crecimiento de las exportaciones colombianas %	5%	7%	4	,28	Tasa de crecimiento anual 2023	7%	7%	3	0,21	Tasa de crecimiento anual 2024
Exportaciones colombianas de ropa deportiva para dama hacia el país seleccionado	N/a	1%	1	0,01	No hay datos específicos. Colombia exporta una variedad de productos a ee. Uu., incluyendo ropa y textiles, especialmente prendas de control y ropa deportiva.	22%	1%	1	0,01	Valor del 2021.
Tasa de crecimiento anual de exportaciones de ropa deportiva para dama	42,90%	4%	4	0,16		21,1%%	4%	3	0,12	Tasa de crecimiento anual 2014-2018

Arancel general	10,00%	5%	3	0,15	Apartir de abril 2025	40,00%	5%	3	0,15	Para estados unidos apartir de abril 2025
Arancel preferencial	0,00%	7%	2	0,14	Excepciones para ciertos productos.	0,00%	7%	1	0,07	
Logística (lpi)	2,90%	4%	3	0,12	Puesto 66 de 139 países.	3,00%	4%	4	0,16	Puesto 51 de 139 países
Eficiencia aduanera	3,70%	3%	2	0,06	Perfil logístico del país	2,80%	3%	4	0,12	Perfil logístico del país
Calidad de infraestructura	4,0%	3%	2	0,06		2,90%	3%	4	0,12	
Competitividad de transporte internacional de carga	3,80%	3%	3	0,09		3,0%	3%	3	0,09	
Capacidad de seguimiento y rastreo a los envíos	4,10%	3%	3	0,09		3,10%	3%	4	0,12	
Puntualidad en el transporte de carga	4,20%	3%	3	0,09		3,20%	3%		0,12	
Pib	27	7%	3	0,21	Usd billones (2025)	2,2	7%		0,14	Usd billones
Pib per capita	80.000	6%	3	0,18	Usd	9.558	6%		0,24	Usd
Inflación	3,5	6%	2	0,12	Valor del 2025	4.83%	6%		0,18	2022
Riesgo país	Aaa	5%	2	0,1		A1	5%		0,2	
Población	332	8%	3	0,24	Millones de personas	10,42	8%		0,32	Millones de personas
Total		6%		2,70			6%		3,18	

Equipo emprendedor

Luisa es una mujer apasionada, inteligente y decidida, con una visión clara de lo que quiere lograr y el compromiso necesario para alcanzar sus metas. Desde el inicio de su camino académico y profesional, se ha enfocado en aprender, crecer y aportar valor a los proyectos que desarrolla, siempre con un enfoque pragmático y una mentalidad abierta. Su capacidad para combinar habilidades técnicas con habilidades interpersonales le permite abordar los desafíos desde una perspectiva integral, equilibrando lo lógico con lo creativo, lo analítico con lo emocional.

Como estudiante que desarrolla un plan de negocios con proyección internacional, posee una sólida formación técnica que abarca áreas clave como la gestión empresarial, el análisis de mercado, la planificación financiera y el desarrollo de estrategias de marketing. Además, sus habilidades blandas, como la comunicación efectiva, el trabajo en equipo, la empatía y la resiliencia, le permiten conectar con personas de diversos ámbitos y liderar proyectos con confianza y entusiasmo. Está comprometida con la excelencia y con brindar soluciones que no solo sean viables, sino que también tengan un impacto positivo en la comunidad y el mercado.

Su enfoque es global, pues sabe que las oportunidades no tienen fronteras. Está convencida de que el mundo está lleno de posibilidades, y su plan de negocios refleja su deseo de impulsar una marca internacionalmente exitosa que no solo sea un ejemplo de calidad, sino también un referente de valores como la inclusión, la sostenibilidad y el empoderamiento femenino. Su energía, dedicación y capacidad para aprender continuamente son los pilares que la impulsan a seguir adelante, siempre con el propósito de hacer realidad sus sueños y ayudar a otras mujeres a alcanzar los suyos.

Modelo de negocio canvas

Socios claves

Los socios claves en el modelo Canvas de este emprendimiento de ropa deportiva incluyen aliados estratégicos en Colombia y Estados Unidos que facilitan la producción, distribución y expansión del negocio. En Colombia, los principales socios incluyen proveedores textiles y maquilas nacionales como Protela y Lafayette para la fabricación local, empresas de logística como Servientrega y Coordinadora para la distribución eficiente, marketplaces como Mercado Libre y Dafiti para ampliar el alcance digital, y gimnasios y centros deportivos como Bodytech y Smart Fit para alianzas B2B. También se consideran entidades de financiamiento y aceleradoras como iNNpulsu y Bancóldex, así como influencers fitness que ayudan en la promoción de marca. En Estados Unidos, los socios clave incluyen proveedores internacionales como Nike, Lululemon y Bella+Canvas para la importación de prendas de alta calidad, marketplaces y plataformas de e-commerce como Amazon FBA, Shopify y Walmart Marketplace para la comercialización, y empresas de logística y almacenamiento como FedEx y ShipBob para la gestión eficiente de envíos.

Además, se pueden establecer alianzas con gimnasios y tiendas deportivas como Equinox y Dick 's Sporting Goods para fortalecer la presencia de marca, y con programas de expansión y financiamiento como la SBA (Small Business Administration) para facilitar la internacionalización del negocio.

Actividades claves

Necesidades del Público Objetivo

Nuestro público objetivo son mujeres activas, interesadas en la moda deportiva y un estilo de vida saludable, con una fuerte presencia en redes sociales y alta interacción digital. Sus principales necesidades incluyen:

Comodidad y Estilo

- Prendas versátiles que puedan usarse tanto para entrenar como para el día a día.
- Diseño atractivo, con cortes modernos y colores en tendencia.
- Materiales que ofrezcan elasticidad, transpirabilidad y resistencia al sudor.

Accesibilidad y Precio Justo

- Opciones de pago flexibles (transferencia, tarjetas, pago contra entrega).
- Precios competitivos sin sacrificar calidad.

Experiencia de Compra Rápida y Segura

- Facilidad para comprar en línea con envíos rápidos.
- Disponibilidad de atención al cliente para resolver dudas sobre tallas y materiales.

Personalización y Exclusividad

- Ediciones limitadas o colecciones exclusivas.
- Posibilidad de adaptar diseños o elegir combinaciones de colores.

Presupuesto

El siguiente presupuesto se hace en base a una primera inversión moderada permitiendo una colección pequeña y personalizada de alrededor 100 a 150 prendas dependiendo los costos de producción y margen de ganancia deseado. Sin embargo, siendo un comienzo con un modelo escalable, con excelente proyección y crecimiento a un futuro no muy lejano.

Tabla 1. Presupuesto

Concepto	Costo estimado (USD)
Compra inicial de prendas (importadas y/o producción local)	USD \$3,000
Desarrollo de e-commerce y redes sociales (dominio, hosting, publicidad inicial)	USD \$500
Material para sesiones de fotos y branding	USD \$600
Logística y embalaje (bolsas, etiquetas, envíos iniciales)	USD \$700
Costos administrativos (registro de empresa, NIT, trámites legales)	USD\$500
Otros gastos operativos	USD \$300
Total Aproximado	USD \$5,500

Requisitos Legales

Para operar de manera formal y sin problemas legales, se debe tramitar lo siguiente:

Registro del Negocio

- Registro en la Cámara de Comercio como persona natural o empresa SAS.
- Obtención del NIT ante la DIAN para poder facturar legalmente.
- Inscripción en el RUT para definir el régimen tributario adecuado.

Permisos de Importación y Exportación

- Si se importa desde EE.UU., se necesita inscribirse como importador en la DIAN.
- Para exportar, se puede tener apoyo en ProColombia y revisar acuerdos comerciales vigentes.

Etiquetado y Normativa Textil

- Cumplir con la Norma Técnica Colombiana NTC 1486 sobre etiquetado de prendas.
- Registro de marca ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC).

E-commerce y Protección de Datos

- Cumplir con la Ley de Habeas Data, asegurando que los datos de clientes estén protegidos.
- Tener términos y condiciones de compra claros en el sitio web.

Recursos claves

Talento Humano

Tabla 2. Talento Humano

Rol	Responsabilidad Estratégica	Responsabilidad Técnica
Emprendedora	Definir la visión y crecimiento del negocio.	Gestión de proveedores, logística y control financiero.
Diseñador Gráfico / de Moda	Crear identidad visual y branding de la marca.	Desarrollo de colecciones, diseño de estampados y etiquetado.
Community Manager / Especialista en Marketing Digital	Posicionar la marca en redes y aumentar ventas.	Creación de contenido, gestión de publicidad y atención a clientes.
Desarrollador Web / E-commerce	Optimizar la experiencia de compra digital.	Gestión de tienda en línea (Shopify,

Manager		WooCommerce) y mantenimiento web.
Aliado Logístico (Courier / Fulfillment)	Garantizar entregas eficientes y servicio al cliente en envíos.	Coordinación de pedidos, rastreo de envíos y devoluciones.

Recursos Físicos (Dispositivos Digitales)

Teniendo en cuenta que la emprendedora cuenta con algunos de estos recursos, se tiene en cuenta, que son de gran apoyo inicial para la reducción de costos, y evitar la tercerización en un inicio.

Tabla 3. Recursos físicos

Recurso	Uso Estratégico	Especificación Técnica Recomendada
Laptop	Administración del negocio y diseño digital.	Procesador i5 o superior, 8GB RAM, SSD 256GB. (Entre mayor almacenamiento mejor).
Celular	Creación de contenido y gestión de redes sociales.	Cámara de alta calidad (mínimo 12MP).

Cámara profesional	Fotografía de productos y campañas publicitarias con mejor calidad. (Esto es opcional).	DSLR / Mirrorless con buena iluminación.
Impresora y etiquetadora	Producción de etiquetas y material de empaque.	Impresora térmica para etiquetas.
Stock inicial de prendas y packaging	Gestión de inventario y experiencia del cliente.	Bolsas ecológicas, etiquetas personalizadas.

Recursos Tecnológicos (Infraestructura Digital y Conectividad)

Tabla 4. Recursos Tecnológicos

Recurso	Función Estratégica	Opciones
----------------	----------------------------	-----------------

		Recomendadas
Plataforma E-commerce	Venta de productos y experiencia de compra.	Shopify (fácil de usar) o WooCommerce (más personalizable).
Infraestructura en la nube	Seguridad y almacenamiento de datos.	Google Drive, Dropbox o AWS para almacenamiento.
Servidor y Hosting	Asegurar velocidad y estabilidad de la web.	Hosting en SiteGround, Hostinger o AWS Lightsail.
Acceso a Internet confiable	Gestión digital sin interrupciones.	Hosting en SiteGround, Hostinger o AWS Lightsail.
CRM y gestión de clientes	Seguimiento y fidelización de clientes.	HubSpot (gratuito) o Zoho CRM.
Plataformas de pago	Facilitar compras en línea.	PayU, MercadoPago, Stripe o Wompi.

Propuesta de valor

El propósito de este emprendimiento está basado en tres pilares claves: innovación en moda deportiva, una experiencia omnicanal personalizada y la integración de herramientas tecnológicas para fortalecer el ecosistema emprendedor en Colombia. Transformar la industria de la moda deportiva en Colombia mediante una estrategia omnicanal, importando tendencias de EE.UU. y desarrollando una línea de producción local para exportación, no solo impulsa el comercio internacional, sino que también fomenta la digitalización del sector, generando empleo y aportando a la competitividad del país en mercados globales.

Este proyecto busca:

- Democratizar el acceso a ropa deportiva de alta calidad.
- Apoyar la industria textil colombiana con diseños innovadores.
- Implementar herramientas tecnológicas avanzadas en comercio electrónico.
- Facilitar la internacionalización de la moda colombiana.

Estos objetivos brindan la integración de herramientas tecnológicas y negocios escalables que no solo impulsan la competitividad, sino que generan impacto en diferentes sectores empresariales.

Entendemos que en el momento contamos con ciertas herramientas tecnológicas que nos permiten fortalecer el emprendimiento como lo son las Plataformas de Marketplace y Coworking Programas de Apoyo, decidimos especificar algunos beneficios:

1. Plataforma de Marketplace

¿Cómo agregan valor?

- Permite una mayor visibilidad y alcance en mercados nacionales e internacionales.
- Facilita ventas sin depender de una tienda física.
- Integra múltiples métodos de pago y logística eficiente.

Ejemplo de Aplicación:

Utilizando plataformas como Shopify, Amazon o Mercado Libre para vender dentro y fuera del país sin costos elevados de infraestructura.

2. Espacios de Coworking para Emprendedores

¿Cómo agregan valor?

- Fomenta el networking con otros emprendedores y posibles aliados estratégicos.
- Reduce costos operativos iniciales al evitar rentas altas de oficinas.
- Permite acceso a capacitaciones, asesorías y recursos compartidos.

Ejemplo de Aplicación:

Utilizando espacios como WeWork, Selina o Impact Hub para reuniones con proveedores, diseñadores y aliados estratégicos.

3. Fortalecimiento del Emprendimiento a Través de Programas de Apoyo

¿Cómo agregan valor?

- Facilita acceso a financiamiento y mentoría para acelerar el crecimiento.
- Conecta con inversionistas y oportunidades de expansión.
- Fomenta la digitalización de pequeñas empresas.

Ejemplo de Aplicación en tu Negocio:

- Aplicar a programas de incubación como iNNpulsar, Fondo Emprender del SENA o ProColombia para recibir asesoría y financiamiento.
- Participar en aceleradoras como Endeavor o Rockstart para fortalecer el modelo de negocio.

Relación con el cliente

Mejores Opciones de Automatización y Posicionamiento en Redes

1. Automatización del Servicio al Cliente

- **WhatsApp Business API + Chatbots** → Responde preguntas frecuentes y guía el proceso de compra sin intervención manual.
- **Chatbot en Instagram y Facebook Messenger (ManyChat)** → Automatiza respuestas en redes sociales para mejorar la conversión.
- **AI para atención personalizada (Tidio, Chatfuel)** → Ofrece recomendaciones automáticas basadas en el historial de compra.

Beneficio: Se reduce la carga operativa y mejora la satisfacción del cliente con atención inmediata.

2. Redes Sociales para Posicionamiento y Rating

- **Instagram y TikTok** → Estrategia de influencers, reels virales y UGC (*User Generated Content*).

- **Google My Business y Facebook Reviews** → Incentivar reseñas positivas con descuentos o premios.
 - **SEO en redes sociales** → Usar palabras clave y hashtags estratégicos para posicionar tu marca en búsquedas.
- **Beneficio:** Se aumentaría la visibilidad y el engagement de la marca, generando confianza y posicionamiento.

3. Estrategia de Fidelización y Retención de Clientes

- Programa de recompensas con puntos o descuentos (Smile.io, Stamped.io).
 - Acceso exclusivo a lanzamientos para clientes VIP.
 - Suscripción mensual con beneficios (ejemplo: descuentos exclusivos, contenido fitness gratuito).
- **Beneficio:** Se incrementa la recompensa y la lealtad del cliente con incentivos estratégicos.

Canales de comunicación

Plataforma Tecnológica

Plataformas como el E-commerce y el Marketplace nos brindan un gran apoyo, teniendo como función principal la venta directa, el tráfico de clientes y una expansión obteniendo un mayor alcance orgánico.

Software Avanzado

Los software nos permiten optimizar la relación con los clientes brindando un servicio personalizado y eficiente por medio de la automatización. gestión del cliente, y optimización de estrategias.

E-mail Marketing

Este canal nos permite crear una relación a largo plazo mediante contenido de valor y promociones. Además, crear fidelización para mantener a la audiencia comprometida con la marca.

WhatsApp

Este canal nos permite una comunicación directa y prioritaria con los clientes, brindando la oportunidad de resolver dudas, cerrar ventas, enviar promociones, enviar recordatorios, entre otros. Estos beneficios son clave para la optimización del tiempo. Además, generar mayor confianza y cercanía con los clientes.

Redes Sociales

Utilizamos redes sociales como Instagram, Facebook y Tik Tok para conectarnos con nuestros clientes y promocionar nuestros productos. También, la publicación de contenido atractivo y relevante para nuestros seguidores, como consejos de moda, calidad de las prendas, promociones y eventos especiales nos ayuda aumentar la visibilidad de la marca y generar confianza en clientes potenciales.

Branding

El branding nos permite construir una identidad sólida que diferencie nuestra marca y la posicione como una opción premium, elevando la percepción de valor. Buscamos mantener un enfoque estratégico sin perder la esencia y humanidad que dieron origen a nuestra marca. Nuestro compromiso es ofrecer una experiencia coherente y de alta calidad en cada punto de contacto con nuestros clientes.

Segmento de clientes

1. Boutiques y Tiendas Multimarca

Características:

- Negocios que buscan ropa deportiva exclusiva y de alta calidad para revender.
- Priorizan proveedores con diseños diferenciados, tendencia internacional y precios competitivos.
- Compran volúmenes medianos o grandes y valoran plazos de entrega eficientes.
- Buscan alianzas a largo plazo y posibilidad de personalización de productos.

2. Gimnasios y Centros Deportivos

Características:

- Negocios que desean vender ropa deportiva a sus miembros como parte de su oferta de productos.
- Prefieren alianzas con marcas que reflejen su imagen de bienestar y estilo de vida activo.

- Interesados en colecciones personalizadas con su logo o colores institucionales.
- Buscan proveedores con capacidad de entrega continua y productos innovadores.

3. Tiendas Online y Marketplaces de Moda

Características:

- Emprendedores y empresas que venden ropa deportiva a través de e-commerce o marketplaces como Amazon y Mercado Libre.
- Buscan productos de calidad y diferenciados, con buena presentación para vender digitalmente.
- Prefieren proveedores que brinden material de marketing (fotos profesionales, descripciones optimizadas).
- Requieren logística eficiente y opciones de dropshipping para reducir costos de inventario.

4. Empresas y Corporaciones (Wellness Corporativo)

Características:

- Empresas interesadas en promover hábitos saludables entre sus empleados mediante ropa deportiva personalizada.
- Buscan proveedores que ofrezcan personalización con su marca y opciones de kits corporativos.
- Valoran calidad, durabilidad y comodidad de las prendas.
- Pueden comprar grandes volúmenes para eventos o programas de bienestar.

5. Equipos Deportivos y Entrenadores Personales

Características:

- Academias de entrenamiento, clubes deportivos y entrenadores personales que necesitan ropa personalizada para su equipo o alumnos.
- Buscan productos que reflejen profesionalismo y diferenciación.
- Requieren materiales resistentes y cómodos para alto rendimiento.
- Prefieren proveedores con flexibilidad en pedidos personalizados.

Estructura de costos

Costos Fijos

Tabla 5. Costos Fijos

Categoría	Descripción	Costo Aproximado
Gastos Administrativos	Licencias, contabilidad, registro de marca, trámites legales.	USD \$80 - 200
Servicios Públicos	Dependiendo del tamaño del local y equipos utilizados.	USD \$50 - 150
Salarios y Honorarios	Personal fijo: Community manager, diseñador, atención al cliente.	USD \$500 - 1,300

Showroom	Espacio físico para exhibición y ventas. (Es un paso a futuro)	USD \$300 - 450
Seguridad y Logística	Seguro de inventario, costos de almacenamiento y gestión de envíos.	USD \$200 - 650
Publicidad Digital	Campanas en redes sociales y Google Ads.	USD \$150 - 450
Hosting, Dominio Web y Herramientas digitales	Mantenimiento de la tienda online, el dominio propio, Shopify o Tiendanube.	USD \$45 - 95
Fotografía y Producción de contenido	Sesiones de fotos para productos y redes sociales.	USD \$200 - 600
Total Aproximado		USD \$1,525 - - 3,895

Costos Variables

Tabla 6. Costos Variables

Categoría	Descripción	Costo
------------------	--------------------	--------------

		Aproximado
Materia Prima (Prendas Importadas)	Costo de compra por unidad desde EE.UU.	USD \$13 - 38
Producción Local	Insumos, mano de obra y confección en Colombia.	USD \$8 - 20
Transporte e Importación	Fletes, impuestos y aranceles de importación.	USD \$60 - 120
Costo de Envío	Nacional e internacional según volumen de pedidos.	USD \$25 - 50
Empaque y Etiquetado	Diseño, bolsas, etiquetas, cajas personalizadas.	USD \$5 - 10
Comisiones de Marketplace y pasarelas de pago	Amazon, Mercado Libre, Shopify, PayU, Mercadopago.	10% - 20% por venta
Total Aproximado		USD \$111 - 238

FUENTE DE INGRESOS

Tabla 7. Fuentes de Ingreso

Fuente de Ingreso	Descripción	Ingreso Aproximado
Venta Directa (E-commerce y Tienda Física)	Margen de ganancia sobre cada prenda vendida.	Margen: 40% - 70% por prenda
Venta Mayorista (B2B: Gimnasios, Tiendas Multimarca, Empresas)	Descuento por volumen a distribuidores.	ingresos por paquetes de 10+ unidades
Marketplaces (Amazon, Mercado Libre)	Venta en plataformas con alta demanda.	Ingreso descontando comisiones (80% del precio de venta)
Personalización de ropa para Empresas y Equipos	Venta de uniformes deportivos personalizados.	Ingresos por contratos corporativos y pedidos grandes.
Suscripciones y Membresías	Programas VIP con descuentos exclusivos.	Ingreso recurrente mensual/anual
Publicidad y Alianzas con Influencers	Ingresos por colaboraciones y promoción de otras marcas.	NEGOCIACIÓN según alcance y audiencia

Canales de distribución

Principales Canales de Distribución

1. E-commerce Propio (Página Web & Tienda Online)

- Ventas directas a clientes mediante Shopify, Tienda Nube o WooCommerce.
- Permite mayor control sobre la marca, la experiencia del cliente y los márgenes de ganancia.
- Integración con pasarelas de pago seguras como PayU, MercadoPago y Stripe.

2. Marketplaces (Plataformas de Venta Online)

- Publicación de productos en Amazon, MercadoLibre, Dafiti, Linio.
- Acceso a mayor tráfico de clientes sin necesidad de inversión en infraestructura.
- Se paga una comisión por venta, pero permite escalar rápidamente.

3. Redes Sociales & Social Commerce

- Venta a través de Instagram Shopping, Facebook Marketplace, TikTok Shop y WhatsApp Business.
- Ideal para estrategias de marketing de influencia y fidelización de clientes.
- Conversión rápida a través de chatbots y pago en línea.

4. Distribuidores & Tiendas Multimarca (B2B)

- Venta de productos a tiendas de ropa deportiva y boutiques especializadas.
- Permite expandir el alcance de la marca sin necesidad de manejar la logística de cada venta.
- Se negocian descuentos por volumen y se asegura flujo constante de ventas.

5. Venta en Gimnasios y Centros Deportivos

- Alianzas con Bodytech, Smart Fit, gimnasios boutique y centros de entrenamiento personal.
- Espacios físicos en zonas estratégicas para el público objetivo.

6. Modelos de Venta Directa por Catálogo (Dropshipping y Afiliados)

- Emprendedores pueden vender los productos a través de catálogos digitales y redes sociales, sin necesidad de manejar inventario.
- Se paga una comisión por venta a vendedores independientes.

Modelos de Logística para la Distribución

Para garantizar entregas rápidas y eficientes, se puede optar por un modelo de logística externa o directa, según las necesidades evidenciadas.

1. Logística Directa (Propia)

¿Cómo funciona?

- El negocio maneja su propio inventario en un almacén o showroom.
- Se reciben los pedidos en la tienda online y se envían directamente al cliente.

Ventajas

- Mayor control sobre la calidad y tiempos de entrega.
- Permite la personalización del empaque y experiencia del cliente.

Desventajas

- Requiere una inversión en almacenamiento y personal logístico.
- Puede ser menos escalable a medida que crecen los pedidos.

2. Logística Externa (Tercerizada)

¿Cómo funciona?

- Se contrata una empresa de logística como Coordinadora, Servientrega, DHL, FedEx, ShipBob (EE.UU.).
- Ellos manejan el almacenamiento, empaque y envío de los pedidos.

Ventajas:

- Reduce costos operativos y permite escalar rápidamente.
- Opciones de fulfillment como Amazon FBA o ShipBob manejan todo el proceso logístico.

Desventajas:

- Menos control sobre la experiencia de entrega y el branding en empaques.
- Dependencia de terceros para cumplir con los tiempos de entrega.

Imagen 1. Modelo Canvas



Canvas del modelo de negocio

Socios claves

- Proveedores y fabricantes en EE.UU. y Colombia.
- Empresas de logística y distribución (DHL, FedEx, operadores locales).
- Cámaras de comercio y entidades de fomento (ProColombia, iNNpulsa).
- Inversionistas y fondos de capital de riesgo.
- Gimnasios, entrenadores personales e influencers.

Actividades claves

- Importación y distribución de prendas deportivas.
- Diseño y producción de ropa deportiva en Colombia.
- Gestión de ventas online y omnicanal.
- Estrategias de marketing digital y posicionamiento de marca.

Recursos claves

- Red de proveedores en EE.UU. y fábricas de confección en Colombia.
- Plataforma e-commerce y herramientas de marketing digital.
- Equipo de diseño, producción y logística.
- Alianzas con influencers y embajadores de marca.

Propuesta de valor

- Venta de ropa deportiva de alta calidad e innovación importada de EE.UU. y desarrollada en Colombia.
- Estrategia omnicanal que integra e-commerce, tienda física y redes sociales para una experiencia de compra personalizada.
- Diseño exclusivo con enfoque en tendencias internacionales y tecnología textil avanzada.
- Exportación de prendas fabricadas en Colombia, resaltando la calidad y diseño local.

Relaciones con el cliente

- Atención personalizada mediante redes sociales y CRM.
- Experiencia de compra diferenciada.
- Fidelización con programas de recompensas y descuentos exclusivos.

Canales

- Tienda en línea con plataforma e-commerce y presencia en marketplaces.
- Redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok) como canal de venta y promoción.
- Tienda física en Colombia para experiencia personalizada.
- Alianzas con gimnasios y tiendas especializadas.

Segmentos de clientes

- Mujeres colombianas interesadas en moda deportiva y estilo de vida fitness.
- Consumidores internacionales que buscan ropa deportiva de calidad con diseño colombiano.
- Gimnasios, entrenadores personales y comunidades fitness.

Estructura de costes

- Costos de importación y producción local.
- Gastos de logística y distribución.
- Inversión en marketing y publicidad digital.
- Mantenimiento de plataforma e-commerce y servicio al cliente.

Fuente de ingresos

- Venta de ropa deportiva importada y producida localmente.
- Membresías y suscripciones para clientes recurrentes.
- Colaboraciones y ventas cruzadas con marcas complementarias.

Empresa

Requisitos Legales

Escritura de Constitución: Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.).

- Permite importar y exportar sin restricciones.
- Flexibilidad en la estructura y toma de decisiones.
- Responsabilidad limitada a los aportes de los socios.
- Puede operar bajo el Régimen de Importador y Exportador de la DIAN.

Requisitos para la Constitución de una S.A.S. con Operaciones de Comercio

Exterior en Colombia

1. Registro ante la Cámara de Comercio (*Razón Social, Actividad Económica - CIIU 4771 para venta de ropa, 4641 para comercio mayorista*).
2. Obtención del NIT en la DIAN (*Obligatorio para facturación e impuestos*).
3. Inscripción en el RUT con la responsabilidad de Importador/Exportador.
4. Registro ante la VUCE (Ventanilla Única de Comercio Exterior) (*Para permisos de importación/exportación si aplica*).
5. Cuenta bancaria empresarial para pagos internacionales.
6. Registro de Marca en la SIC (Superintendencia de Industria y Comercio) (*Protección de la identidad de la marca en mercados nacionales e internacionales*).

En Estados Unidos: LLC (Limited Liability Company): Similar a la S.A.S. En Colombia, ofrece protección de activos y es ideal para comercio electrónico y exportaciones.

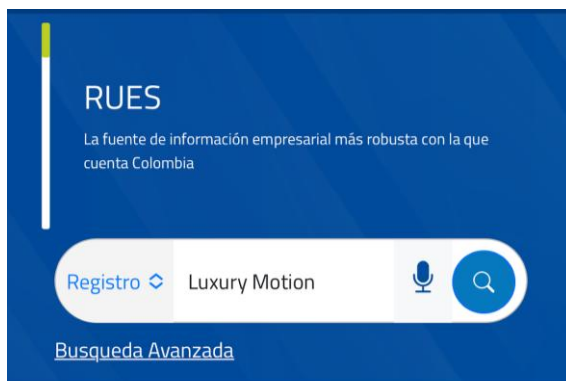
Pasos para Registrar una LLC en EE.UU.

- Elegir el Estado de Registro
- Seleccionar un Nombre para la LLC
- Designar un Agente Registrado (Registered Agent)
- Presentar los Artículos de Organización (Articles of Organization)
- Obtener un EIN (Employer Identification Number) del IRS (Se solicita gratis en el IRS (Internal Revenue Service)).
- Crear un Operating Agreement (Acuerdo Operativo) (Opcional, pero recomendado)

- Abrir una Cuenta Bancaria Empresarial en EE.UU.
- Registrar la LLC para Impuestos Estatales y Ventas (Si Aplica) (En algunos estados, se requiere un Sales Tax Permit si vendes productos dentro de EE.UU).

RUES (registro único empresarial)

Imagen 2. RUES



[Volver
atras](#)

Filtrar por:

Todos los resultados



No se encontraron resultados

Certificado de Cámara de Comercio

1. Matrícula Mercantil

La Matrícula Mercantil es un requisito obligatorio para formalizar la empresa, pero también otorga reconocimiento legal. El costo de esta matrícula se basa en el valor de los activos

de la empresa. Aunque las tarifas específicas varían, a modo de referencia, las tarifas para el año 2025 son:

- Certificado de matrícula mercantil: \$5.800.
- Certificado de existencia y representación legal: \$11.600
- Certificados especiales: \$11.600

2. Inscripción de Actos y Documentos

Cualquier acto o documento que deba registrarse, como la constitución de la empresa, nombramientos o reformas estatutarias, genera un costo de inscripción. Aunque las tarifas pueden variar, en la Cámara de Comercio de Medellín, el costo de inscripción de documentos es de **\$69.000**.

3. Inscripción de Libros

Se deben inscribir los libros de contabilidad y otros libros exigidos por la ley. El costo de inscripción de libros, según la Cámara de Comercio de Medellín, es de **\$23.100**.

4. Formulario RUES

Para realizar el registro, es necesario diligenciar el formulario del Registro Único Empresarial y Social (RUES). El costo de este formulario, según la Cámara de Comercio de Medellín, es de **\$8.100**.

5. Renovación Anual

La matrícula mercantil debe renovarse anualmente antes del 31 de marzo. El costo de la renovación también depende del valor de los activos de la empresa y puede variar cada año.

RUT (registro único tributario)

Imagen 3. RUT

		Formulario del Registro Único Tributario		001	
2. Concepto <input checked="" type="checkbox"/> Inscripción		4. Número de formulario: 14840199542			
					
5. Número de Identificación Tributaria (NIT) 1 0 0 1 2 3 4 5 1 6 9		6. DV 8		12. Dirección seccional Medellín de Medellín	
IDENTIFICACIÓN					
24. Tipo de contribuyente Persona natural o sucesión líquida		25. Tipo de documento Cédula de Ciudadanía		26. Número de identificación 1 0 0 1 2 3 4 5 1 6	
27. Fecha expedición 2 0 1 9 1 2 2 0		28. País COLOMBIA		29. Departamento Antioquia	
30. Primer apellido CHAVERRA		31. Segundo apellido JARAMILLO		32. Primer nombre LUISA	
33. Razón social		34. Ciudad/Municipio Medellín		35. Otros nombres SABAYELA	
36. Nombre comercial		37. Dígito		38. País COLOMBIA	
39. Departamento Antioquia		40. Ciudad/Municipio Medellín		41. Dirección principal CR 33 # 28 - 150 AP 411	
42. Correo electrónico luisama127@gmail.com		43. Código postal 0 5 0 0 2 1		44. Teléfono 1 3 1 2 5 3 5 7 0 3 8	
45. Teléfono 2		CLASIFICACIÓN			
46. Código 7 3 1 0		47. Fecha inicio actividad 2 0 1 9 0 3 2 0		48. Código 6 3 1 1	
49. Fecha fin actividad 2 0 2 0 1 2 0 7		50. Código 8 2 9 9		51. Código	
Responsabilidades, Calidades y Atributos					
53. Código 2 0					
20. Obtención NIT					
54. Código 1 1 1 2 1 3 1 4 1 5 1 6 1 7 1 8 1 9 2 0			55. Forma 1 2 3 4		
56. Tipo 1 2 3			57. Modo 1 2 3		
58. CPC			59. Anexo <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO		
60. No. de Folios 3		61. Fecha 2022 - 07 - 22 18 : 24 08			
IMPORTANTE: Sin perjuicio de las actualizaciones a que haya lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario (RUT), tendrá vigencia indefinida y en consecuencia no se exigirá su renovación.					
Para uso exclusivo de la DIAN			Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice.		
La información suministrada a través del formulario oficial de inscripción, actualización, suspensión y cancelación del Registro Único Tributario (RUT), deberá ser exacta y veraz; en caso de constatar inexactitud en alguno de los datos suministrados se adelantarán los procedimientos administrativos sancionatorios o de suspensión según el caso.			Firma autorizada:		
Parágrafo del artículo 1.6.1.3.20 del Decreto 1625 de 2016.			604. Nombre: CHAVERRA JARAMILLO LUISA MARIA		
Firma del solicitante:			605. Cargo: Contribuyente		
Fecha generación documento PDF: 22-07-2022 06:24:10PM					

Objeto social de la empresa

Luxury Motion tendrá por objeto la importación y exportación de bienes y productos relacionados con la ropa deportiva, incluyendo accesorios, y artículos relacionados con el deporte y el fitness. La empresa podrá realizar las siguientes actividades:

1. **Importación de productos:** Importar prendas deportivas, accesorios y demás artículos deportivos desde mercados internacionales, principalmente desde Estados Unidos, para su distribución en Colombia y otros mercados internacionales.
2. **Exportación de productos:** Desarrollar, producir y exportar ropa deportiva fabricada en Colombia, destacando el diseño y la calidad de la moda colombiana, con destino a mercados internacionales, como Estados Unidos, América Latina y otros destinos seleccionados.
3. **Comercio electrónico:** Operar plataformas digitales, tiendas en línea y marketplaces para la venta directa de productos deportivos, tanto en el ámbito local como internacional, utilizando estrategias omnicanal.
4. **Marketing y venta directa:** Desarrollar campañas de marketing digital, incluyendo redes sociales, email marketing, publicidad en línea y otros medios, para la promoción de los productos tanto a nivel local como internacional.
5. **Servicios complementarios:** Brindar servicios de asesoría, personalización de productos deportivos y atención al cliente, mediante canales de comunicación directa, como redes sociales, WhatsApp y otras plataformas digitales.

Actividades Específicas

1. **Importación:**
 - Compra de productos deportivos en mercados internacionales.
 - Coordinación de la logística de importación, incluyendo aduanas, transporte y almacenamiento.
2. **Exportación:**

- Diseño, producción y fabricación local de ropa deportiva en Colombia.
 - Exportación de productos colombianos a mercados internacionales, cumpliendo con las normativas de exportación vigentes.
3. **Venta en línea y canales omnicanal:**
- Creación de una tienda online para la venta de productos deportivos.
 - Venta a través de marketplaces y alianzas estratégicas con empresas internacionales.

Misión

Nuestra misión es ofrecer ropa deportiva de alta calidad, innovadora y funcional, que inspire a las mujeres colombianas a llevar un estilo de vida activo y saludable. A través de una estrategia integral, conectamos a nuestros clientes con productos que combinan la mejor moda internacional con el talento y diseño local colombiano, creando experiencias personalizadas de compra tanto en línea como en puntos físicos. Además, buscamos empoderar a las mujeres compartiendo no solo productos, sino también consejos sobre recetas saludables, entrenamientos y cuidado personal, creando una comunidad fitness que motive el bienestar integral. Nos comprometemos a promover la inclusión, la sostenibilidad y el apoyo mutuo, contribuyendo al desarrollo de la industria textil local y fomentando el comercio internacional para poner la moda deportiva colombiana en el mundo. Además, buscamos aportar valor a empresarios y emprendedores a través de alianzas B2B, fomentando el crecimiento conjunto.

Visión

En 5 años, seremos una empresa reconocida en el mercado global por nuestra capacidad para integrar la calidad, innovación y diseño en cada producto. Nos visualizamos como una

marca que lidera el comercio de ropa deportiva para mujeres, no solo en Colombia, sino en varios países de América Latina y Estados Unidos. A través de la internacionalización y la creación de alianzas estratégicas, esperamos expandir nuestra presencia, ser referentes en el sector omnicanal y consolidar un modelo de negocio sostenible, inclusivo y comprometido con el bienestar de nuestros clientes. Queremos ser una comunidad activa que inspire a mujeres de todo el mundo a alcanzar sus metas de salud y fitness, mientras apoyamos a empresarios y emprendedores mediante alianzas B2B, creando una red de crecimiento mutuo y fortalecimiento de la industria.

Objetivos

Objetivos a Corto Plazo (1-2 años):

- 1. Posicionamiento de Marca:** Lograr un reconocimiento de marca en el mercado local colombiano, alcanzando al menos un 20% de reconocimiento entre mujeres jóvenes y activas dentro de la ciudad, la región e incluso el país.
- 2. Crecimiento de la Comunidad Fitness:** Crear una comunidad activa de al menos 5,000 seguidores en nuestras redes sociales que participen regularmente en consejos de bienestar, entrenamiento y recetas saludables.
- 3. Establecer Alianzas B2B:** Formar al menos 5 alianzas estratégicas B2B con distribuidores, gimnasios, entrenadores personales o empresas de bienestar que ayuden a ampliar el alcance de la marca en el sector fitness.
- 4. Lanzamiento y Expansión de la Tienda en Línea:** Implementar la tienda en línea y asegurar un 50% de las ventas provenientes del canal digital, desarrollando una plataforma de fácil acceso y diseño amigable para los usuarios.

5. **Desarrollo de Productos Locales para Exportación:** Introducir al menos 2 líneas de productos fabricados localmente en Colombia para exportación a Estados Unidos y otros mercados de América Latina.

Objetivos a Mediano Plazo (3-4 años):

1. **Expansión Internacional:** Expandir la presencia de la marca a 2-3 mercados internacionales (Estados Unidos, México, Brasil) mediante exportación y alianzas estratégicas.
2. **Aumento de Ventas B2B:** Incrementar las ventas B2B en un 30% mediante alianzas con grandes cadenas de gimnasios, marcas asociadas y empresas en el sector deportivo.
3. **Fortalecer la Comunidad Fitness:** Ampliar la comunidad en redes sociales a más de 20,000 miembros, y desarrollar contenido exclusivo, como clases de entrenamiento online, consejos de nutrición y colaboraciones con influencers.
4. **Sostenibilidad y Responsabilidad Social:** Incorporar al menos un 30% de productos fabricados con materiales sostenibles o provenientes de fuentes éticas en las colecciones de ropa deportiva.

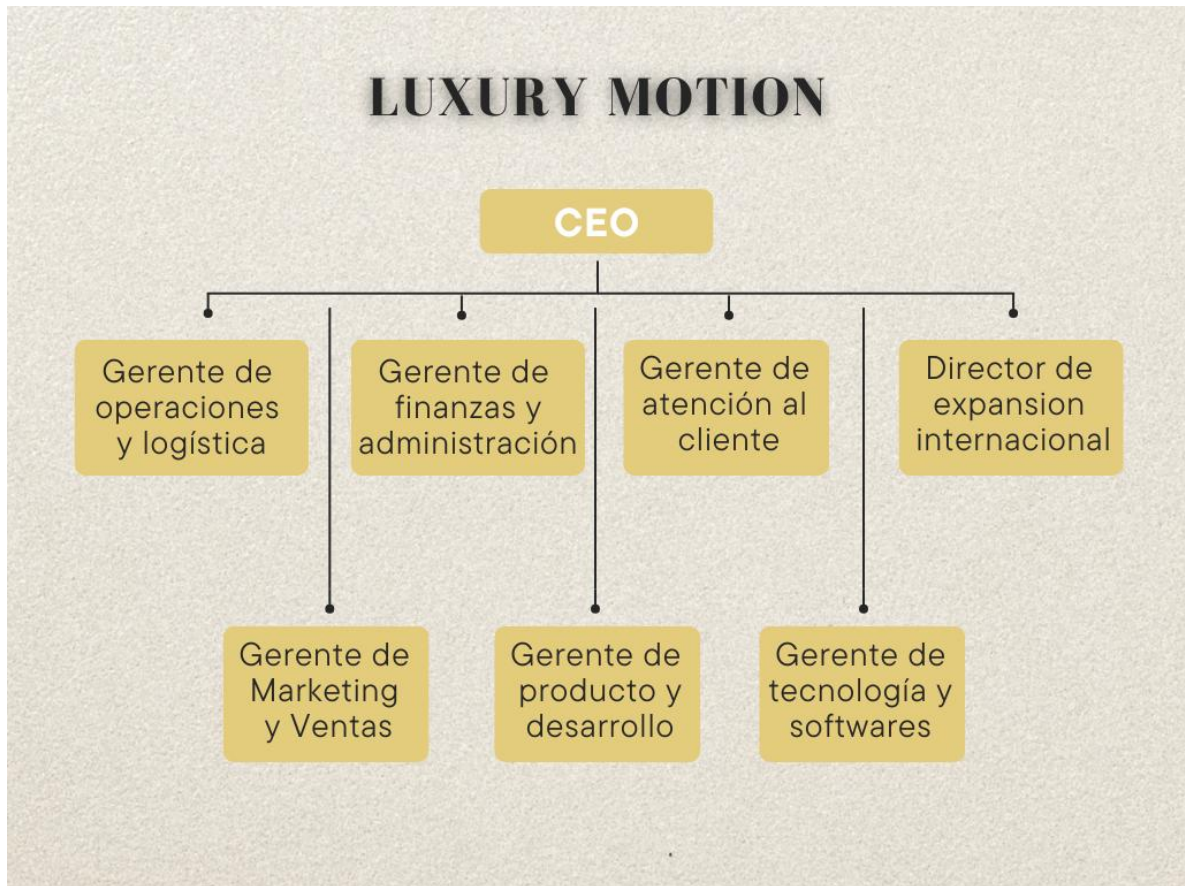
Objetivos a Largo Plazo (5 años):

1. **Consolidación de la Marca a Nivel Global:** Ser reconocidos como una marca global líder en ropa deportiva para mujeres, posicionándonos entre las principales marcas en al menos 3 mercados internacionales.

2. **Diversificación de Productos y Servicios:** Diversificar la oferta de productos, incluyendo nuevas categorías como suplementos deportivos, accesorios y tecnología wearable de fitness, logrando un crecimiento del 40% en el portafolio de productos.
3. **Generar Impacto en la Industria Textil:** Ser una marca pionera en la moda deportiva colombiana, contribuyendo al fortalecimiento de la industria textil local y exportando productos que generen empleos sostenibles para al menos 500 personas en Colombia.
4. **Expandir la Comunidad Fitness Global:** Establecer una red de más de 100,000 miembros activos en la comunidad fitness, conectando mujeres de todo el mundo a través de consejos, entrenamientos, salud y bienestar.

Organigrama

Imagen 4. Organigrama



Análisis de producción

Contextualización

Luxury Motion es un emprendimiento enfocado en ropa deportiva femenina con diseño funcional, moderno y sostenible, lo cual nos sitúa dentro de una industria de rápido crecimiento que responde a varias tendencias, tales como:

1. Tendencias globales del mercado fitness y wellness

- Mayor conciencia sobre la salud física y mental.
- Demanda de prendas cómodas, duraderas y con valor estético.
- Fuerte consumo digital (e-commerce, influencers, microcomunidades).

2. Consumo con propósito

- Creciente interés por productos con impacto social y ambiental.
- El consumidor informado busca marcas que comuniquen transparencia, empoderamiento, sostenibilidad.

3. Interés por lo “hecho en Colombia”

- La moda colombiana es reconocida por su creatividad, calidad y capacidad artesanal, lo cual representa una oportunidad en mercados como EE.UU., Europa y LATAM.

4. Competencia en omnicanalidad

- Integrar puntos físicos, redes sociales y e-commerce permite ofrecer experiencias personalizadas, lo que fortalece la fidelización.

Luxury Motion es una marca que cuenta con valor agregado en sus diseños, buscamos rendimiento, comodidad y estética para las mujeres por medio de insumos/productos tanto nacionales como importados y con una fuerte visión a la exportación, convirtiéndonos en un producto ideal para acogernos a un plan vallejo que nos permita los beneficios tributarios en nuestras importaciones.

Proceso productivo

- **Diseño y desarrollo del producto:** investigación de tendencias, creación de colecciones, desarrollo técnico, prototipos.
- **Selección, compra/importación de insumos:** telas inteligentes, elásticas o sostenibles desde EE.UU. o Colombia.
- **Control de calidad y pruebas funcionales:** revisión de costuras, elasticidad, absorción, medidas, acabados y durabilidad.

- **Acabados, empaque y etiquetado:** packaging ecológico, biodegradable y con imagen de marca personalizados.
- **Almacenamiento y distribución:** inventario por lotes para canales de venta online y físicos.
- **Exportación:** empaque conforme al mercado destino, documentación legal, etiquetado y logística.

Capacidad instalada nacional e internacional

Tabla 8. Capacidad Instalada

Ubicación	Capacidad Inicial Estimada	Proyección a 5 años
Colombia	180 prendas al mes	Hasta 3,000 prendas/mes con alianzas estables
Estados Unidos	200 prendas al mes	Hasta 3,200 prendas/mes exportadas

Certificaciones para control de calidad nacionales e internacionales

Tabla 9. Procesos de Control de Calidad

CERTIFICACIÓN	USO NACIONAL	USO INTERNACIONAL	BENEFICIO
ISO 9001	•	•	Estándares de gestión de calidad.
ISO 14001	•	•	Certifica la gestión ambiental, es útil en para posicionar la marca como eco-responsable a futuro.
ISO 31000	Opcional	Opcional	Gestión de riesgos en logística, proveedores y producción.
OEKO-TEX	Opcional	Muy recomendable	Certifica que las prendas no contienen sustancias nocivas.
BASC	No es obligatorio	Cuando se exporta mucho	Seguridad en la cadena de logística internacional.
ICONTEC	•	Opcional	Homologa calidad

			según normas colombianas.
CERTIFICADO DE ORIGEN	•	•	Requiere registro para beneficios arancelarios.

Análisis financiero y contable

1. Análisis Financiero Inicial (Año 1 – 2024)

Inversión Inicial

Tabla 10. Inversión inicial

Concepto	Valor Estimado (COP)
Compra de inventario en EE. UU.	\$12'000.000
Diseño e implementación de e-commerce	\$2'000.000
Estrategia de marketing digital	\$2'400.000
Mobiliario y adecuaciones	\$8.000.000
Otros gastos (licencias, logística)	\$1'200.000

Concepto	Valor
	Estimado (COP)
Total inversión inicial	\$25.600.000

Ingresos proyectados (2024)

- **Precio promedio por prenda:** \$150.000
- **Ventas mensuales esperadas (primer semestre):** 100 prendas
- **Ventas mensuales esperadas (segundo semestre):** 200 prendas

Total ventas estimadas año 1:

$$(100 \times 6 \text{ meses} + 200 \times 6 \text{ meses}) \times \$150.000 = \$270.000.000$$

Costos operativos mensuales

Tabla 11. Costos operativos mensuales

Concepto	Valor (COP)
Alquiler o cowork comercial	\$2.000. 000
Sueldo colaborador (1)	\$2.500. 000

Concepto	Valor (COP)
Redes sociales y publicidad	\$1.800. 000
Servicios y plataformas	\$1.000. 000
Otros	\$1.000. 000
Total mensual	\$8'300. 000
Total anual:	\$99'60 0.000

2. Proyección a 5 años

Tabla 12. Proyección 5 años

ño	Ventas Proyectadas (COP)	Costos Operativos	Utilidad Bruta Estimada	Estrategias
024	\$270.000.000	\$96.000. 000	\$174.000.00 0	Posicionamiento y comunidad

ño	Ventas Proyectadas (COP)	Costos Operativos	Utilidad Bruta Estimada	Estrategias
025	\$400.000.000	\$120.000.000	\$280.000.000	Línea local, influencers
026	\$600.000.000	\$160.000.000	\$440.000.000	Exportación inicial
027	\$900.000.000	\$220.000.000	\$680.000.000	Apertura de punto físico
028	\$1.200.000.000	\$280.000.000	\$920.000.000	Expansión internacional

3. Estrategia de Sostenibilidad (5 años)

- **Diversificación de productos:** Línea propia de ropa colombiana con enfoque exportador.
- **Alianzas estratégicas:** Con entrenadores, gimnasios, marcas de bienestar.
- **Contenido con propósito:** Consejos fitness, moda, salud mental, empoderamiento.
- **Eventos y comunidad:** Talleres, pop-ups, retos fitness.
- **Canales múltiples:** Ecommerce, marketplace, presencia física itinerante.

4. Simulación de Financiación

Necesidad financiera actual (2024): \$70.000.000

Opciones de financiamiento:

- **Crédito emprendedor Bancóldex o Fondo Emprender**
- **Inversor ángel / familiar**
- **Crowdfunding (Kickstarter / Vaki)**
- **Aporte propio + preventa online**

Simulación de crédito blando:

- Monto: \$70.000.000
- Tasa: 1% mensual
- Plazo: 36 meses
- Cuota aproximada: \$2.500.000
- Punto de equilibrio mensual: 25 prendas vendidas

Conclusión El modelo de negocio tiene potencial de crecimiento y escalabilidad si se sostiene sobre la innovación, el contenido valioso, y la fidelización de una comunidad femenina activa. Con una estructura financiera clara y estrategias de diversificación e internacionalización, es viable alcanzar la sostenibilidad en 3-5 años.

Simulador de costos

Incoterm seleccionado: FCA (Free Carrier)

Origen: Estados Unidos

Destino: Medellín, Colombia

Tipo de carga: Prendas deportivas femeninas (paquetes o cajas, no carga contenedor completa)

Tabla 13. Simulador de costos

CONCEPTO	VALOR ESTIMADO (USD)	VALOR ESTIMADO (COP, 4.000)
Valor del producto	\$2.000	\$8'000.000
Transporte internacional (aéreo consolidado).	\$300	\$1'200.000
Seguro internacional (0.5%)	\$11	\$44.000
Agenciamiento aduanero Colombia	\$150	\$600.000
Cargos locales en aeropuertos (handling + TSA + almacenamiento)	\$180	\$720.000
Total costos estimados de exportación:	\$2.641	\$10'564.000

Observaciones clave:

- FCA nos permite tomar el control de la carga en el país de origen una vez el proveedor realice la entrega a tu agente o transportista. Esto nos brinda el control sobre costos y logística.
- Transporte multimodal: La carga puede ser consolidada (courier o carga general) y pasar por distintos modos (camión + avión, por ejemplo).
- Seguro: Se calcula sobre el valor CIF (Costo + Seguro + Flete), siendo el 0.5% un estándar.
- Agenciamiento aduanero: Incluye nacionalización, clasificación arancelaria, y gestión de impuestos.

Marketing mix

Ficha Técnica

Tabla 11. Ficha técnica general

Ítem	Descripción
Categoría	Ropa Deportiva Femenina
Productos	Leggings, Shorts, Tops deportivos
Marca	Luxury Motion

Materiales	10% elastano, 90% poliamida. Tejido stretch, transpirable y compresivo.
Tecnología Textil	Tecnología Dry-fit secado rápido y absorción de humedad.
Tallas Disponibles	S - M - L
Colores Disponibles	Negro, blanco, rosado, gris, morado, verde, variedad de la paleta de colores.
Género	Femenino
Usos Recomendados	Yoga, running, gym, uso diario.

Tabla 12. Ficha técnica leggings

Característica	Especificación
Nombre Comercial	Legging deportivo para dama “Sculpt Fit” o “Push up”
Composición	10% elastano, 90% poliamida.
Beneficios	Control de abdomen, tejido stretch, transpirable y compresivo.
Técnicas de confección	Sin costuras, talle alto, anti rozaduras,

	tecnología seamless.
Presentación	Empaque ecológico con etiquetas reciclables.
Origen	Importado y estampado en Colombia.

Tabla 13. Ficha técnica shorts

Característica	Especificación
Nombre Comercial	short deportivo para dama push up
Composición	10% elastano, 90% poliamida.
Beneficios	Control de abdomen, tejido stretch, transpirable y compresivo.
Técnicas de confección	Sin costuras, talle alto, anti rozaduras, tecnología seamless.
Presentación	Empaque ecológico con etiquetas reciclables.
Origen	Importado y estampado en Colombia.

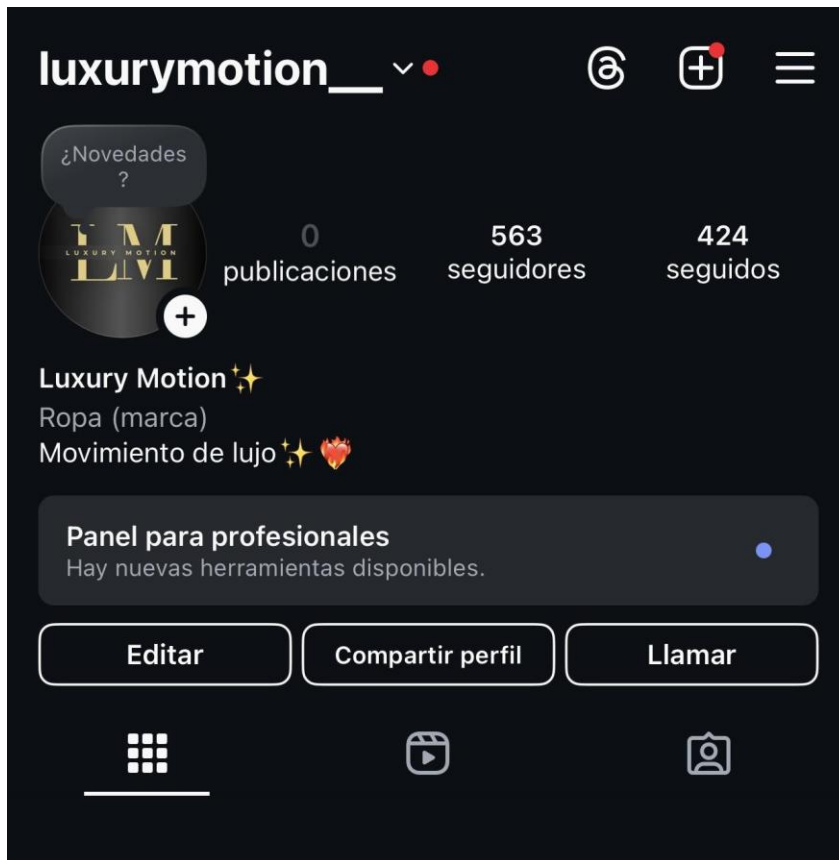
Tabla 14. Ficha técnica tops

Característica	Especificación
Nombre Comercial	Top deportivo para dama
Composición	10% elastano, 90% poliamida.
Beneficios	Soporte medio, elástico alto, sin costuras.
Técnicas de confección	Foam removible en busto, cuello en v, tirantes rectos o cruzados con espalda al aire.
Presentación	Empaque ecológico con etiquetas reciclables.
Origen	Importado y estampado en Colombia.

Canal de Venta

Hasta el momento las ventas se han realizado por medio de canales como WhatsApp y voz a voz. Sin embargo, el plan de marketing está enfocado en la red social de Instagram, por lo cual se está realizando un cambio de imagen y planeación de contenido.

Imagen 5. Canal de venta



Adecuación del producto para mercados internacionales (estados unidos).

Producto:

Para la exportación de ropa deportiva, debemos cumplir con unas normas técnicas aplicables que cumplan con los requisitos de calidad, seguridad textil y etiquetado:

CPSC (Consumer Product Safety Commission): regula la seguridad de productos textiles, incluyendo:

- **Flammability (Flamabilidad):** la ropa debe cumplir con la Ley de Inflamabilidad de Productos Textiles (16 CFR Part 1610). No puede prenderse fácilmente con una fuente de fuego.

- **FTC (Federal Trade Commission):** establece reglas de etiquetado y composición textil bajo la Textile Fiber Products Identification Act, esto exige:
 - Nombre de la fibra y porcentaje de composición (ej: 80% poliéster / 20% spandex).
 - País de origen (ej: “Made in Colombia”).
 - RN Number o identificación del fabricante/importador registrado.
 - Instrucciones de cuidado (lavado, secado, planchado).

ASTM International Standards: aplicar estándares de calidad en costuras, resistencia de tejido, durabilidad de color y resistencia al sudor.

Empaque:

Sostenibilidad: se prefieren empaques reciclables o biodegradables.

Normas de embalaje: para la opción de pallets o grandes contenedores, deben cumplir las normas ISPM 15 (tratamiento térmico o fumigación para madera de embalaje).

Marcado de cajas de exportación:

- Nombre del producto
 - Cantidad de unidades
 - Peso bruto/neto
 - País de origen ("Made in Colombia")
 - Información del exportador/importador.
- **Normativa de etiquetado externo:** códigos de barras UPC si vas a vender en tiendas o marketplaces y etiquetas visibles de manipulación: “Fragile”, “Handle with Care”, “This Side Up” (según necesidad).

Posicionamiento de marca

Para nuestro posicionamiento de marca debemos tener una percepción segura sobre cómo el público percibe la marca en su mente: ¿Qué nos hace diferentes?, ¿qué valor estoy ofreciendo?, ¿por qué deben elegirnos?

Estrategia de valor:

"Ropa deportiva premium con propósito: empoderamiento femenino, salud integral y moda consciente"

Enfoque de posicionamiento:

- **Emocional:** Empoderamiento, comunidad, estilo de vida fitness y saludable.
- **Funcional:** Calidad internacional, tecnología textil, diseño moderno.
- **Social:** Marca comprometida con mujeres, bienestar y emprendimiento (B2B y B2C).

¿Cómo hacer el estudio de mercado?

Investigación Primaria:

Entrevistas con público objetivo utilizando herramientas como Google Forms, encuestas por Instagram, tik tok o grupos de enfoque.

- Mujeres entre 18 y 40 años, interesadas en fitness, moda y salud.
- Preguntas clave: ¿Dónde compran?, ¿Qué valoran más?, ¿Qué les gustaría mejorar de las marcas actuales?

Investigación Secundaria:

- Estudia informes sobre el mercado de ropa deportiva en EE.UU. y Colombia (fuentes: Euromonitor, Statista, Dane, ProColombia, INEXMODA).
- Revisar qué marcas están posicionadas y qué estrategias usan.
- Identifica tendencias (materiales sostenibles, diseño inclusivo, marketing en TikTok, etc.).

¿Posicionamiento directo o indirecto?

Posicionamiento Directo

Implica posicionar la marca de frente al consumidor final, con nuestro nombre, mensaje y canales de venta propios (ej: web, Instagram, tienda).

Ventajas:

- Control de marca total
- Relación directa con el cliente
- Alta fidelización

Estrategias útiles:

- Campañas de lanzamiento
- Influencers del nicho fitness/salud
- Embajadoras de marca (micro influencers reales)

Posicionamiento Indirecto

Tu producto entra al mercado mediante terceros (marketplaces, tiendas aliadas, distribuidores, o marcas que lo venden bajo su nombre).

Ventajas:

- Menores costos iniciales de visibilidad
- Alcance de clientes de otras marcas

Contactos comerciales

Tabla 15. Contactos comerciales

Categoría	Empresa	País	Observación
es	S&S Activewear	EE.UU.	Importador y distribuidor de ropa deportiva con operaciones B2B.
	TSC Apparel	EE.UU.	Importador de prendas deportivas; aliados para entrar al mercado fitness.
	Logística y Comercio S.A.S.	Colombia	Especialistas en importación de textiles y acompañamiento logístico.

	Interlogística S.A.S.	Colombia	Servicios integrales de importación/exportación.
Mayoristas	Fitness Clothing Manufacturer USA	EE.UU.	Proveedor mayorista de ropa deportiva, trabaja con marcas emergentes.
	Coldepores Mayoristas	Colombia	Mayorista nacional para gimnasios y tiendas deportivas.
	Comercializadora Tiex	Colombia	Mayorista textil colombiano; opción para distribución nacional.
Cadenas de Supermercados	PriceSmart	EE.UU. / Colombia	Mayorista internacional; ideal para productos funcionales y en volumen.
	Makro	Colombia	Alianza estratégica para distribución masiva nacional.
	Decathlon	Colombia / EE.UU.	Cadena deportiva; oportunidades de retail y marca propia.

Distribuidores	Distribuciones Megasport	Colombia	Especialistas en distribución deportiva y fitness.
	Inka Distribution	EE.UU.	Distribuidor latinoamericano en Florida, enfocado en productos colombianos.
	Sportika	EE.UU.	Distribuidor deportivo enfocado en ropa y calzado para boutiques.
Sociedades de Comercialización Internacional (SCI)	CI Hermeco S.A. (Offcorss)	Colombia	SCI consolidada que apoya exportaciones de confección.
	CI Jeans S.A.S.	Colombia	Sociedad reconocida para exportar textiles y ropa.
	CI El Globo S.A.S.	Colombia	Acompaña a pymes en procesos de exportación e importación.

Tratamiento arancelario

Desde Colombia a Estados Unidos

1. **Tratamiento arancelario bajo el TLC Colombia-EE. UU:** Gracias al Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Colombia y Estados Unidos, la mayoría de las prendas de vestir, incluyendo ropa deportiva, pueden ingresar al mercado estadounidense libres de aranceles, teniendo como única condición el cumplimiento de las reglas de origen establecidas en el acuerdo. (Prendas confeccionadas en Colombia utilizando insumos originarios de los países miembros del TLC o que cumplan los procesos de transformación sustancial).

2. **Aranceles adicionales:** es muy importante tener en cuenta que en abril de 2025, el gobierno de Estados Unidos implementó un arancel global del 10% a todas las importaciones, incluyendo las provenientes de Colombia. Esta medida afecta a todos los productos, independientemente de los acuerdos comerciales existentes.

3. **Cupos o contingentes arancelarios:** actualmente, no existen cupos o contingentes arancelarios específicos para la importación de ropa deportiva desde Colombia a Estados Unidos. Sin embargo, es importante monitorear cualquier cambio en las políticas comerciales que pueda introducir restricciones cuantitativas en el futuro.

Desde Estados Unidos a Colombia

1. **Tratamiento Arancelario:** Colombia aplica aranceles a la importación de prendas de vestir, incluyendo ropa deportiva, que varían según la subpartida arancelaria específica del producto. Según el Decreto 2598 de 2022, se establecieron los siguientes aranceles para la importación de confecciones:

40% ad valorem para prendas cuyo precio FOB sea igual o inferior a USD \$10 por kilo.

15% ad valorem más USD \$1,5 por kilo para prendas cuyo precio FOB sea superior a USD \$10 por kilo.

2. Impuesto al Valor Agregado (IVA): además del arancel, las importaciones están sujetas al IVA del 19%, calculado sobre el valor CIF (Costo, Seguro y Flete) más el arancel correspondiente.

3. Cupos o contingentes arancelarios: Colombia no mantiene cupos o contingentes arancelarios específicos para la importación de ropa deportiva desde Estados Unidos. Sin embargo, es esencial verificar las regulaciones actuales y cualquier medida de defensa comercial que pueda afectar las importaciones.

Requisitos sanitarios (Colombia y EE.UU.)

La ropa deportiva no está clasificada como producto sanitario. Aun así, existen regulaciones relacionadas con la composición química de los textiles y las normas internacionales de seguridad del consumidor:

- No contener sustancias como colorantes azoicos cancerígenos, metales pesados (plomo, cadmio), formaldehído, etc.
- En Colombia, el INVIMA no exige registro sanitario para ropa, pero sí se deben cumplir con normativas de inocuidad y etiquetado si se comercializan como prendas funcionales (con propiedades antibacterianas, térmicas, etc.).
- CPSC – Consumer Product Safety Commission, esta regula la seguridad de productos textiles, especialmente:

- Flammability Standard (16 CFR Part 1610): requisito obligatorio de resistencia a la inflamabilidad de textiles.
- Lead content regulation: contenido de plomo por debajo de 100 ppm si el producto está destinado a menores.
- Declaraciones sobre alergias o tejidos funcionales deben tener respaldo técnico.

Requisitos técnicos (Colombia)

En Colombia, los productos textiles deben cumplir con:

- Reglamento Técnico de Etiquetado – RTE INEN 033 (basado en la NTC 1486): Toda prenda debe tener una etiqueta permanente y legible con la siguiente información:
 - Composición del material (porcentaje de fibras textiles).
 - Instrucciones de lavado y cuidado.
 - Nombre o razón social del fabricante o importador.
 - País de origen.
 - Talla.
 - Registro de importación o número de lote (si aplica).
- Normas Técnicas Colombianas – NTC:
 - **NTC 1486:** Etiquetado de productos textiles.
 - **NTC 1100 y 1893:** Tallas y medidas para prendas de vestir.
 - **NTC 2290:** Terminología y especificaciones para ropa deportiva.
- Y por último, el cumplimiento de normativas laborales y ambientales. Si hay producción nacional, debe cumplirse con el Código Sustantivo del Trabajo, normas de salud ocupacional y manejo ambiental de residuos textiles.

Requisitos técnicos (ee.uu)

Además de los requisitos de seguridad de la CPSC, es fundamental cumplir con:

- Federal Trade Commission (FTC) – Textile and Wool Acts:
- Reglamenta el etiquetado:
 - **Fiber content** (porcentaje de cada fibra).
 - **Country of origin** (país donde se fabricó).
 - **Identity of manufacturer/importer** (nombre o RN number).
 - **Care labeling** (instrucciones de lavado).
- ASTM (American Society for Testing and Materials) define estándares voluntarios que pueden usarse para garantizar resistencia, durabilidad, transpirabilidad, etc.

Ruta de importación y exportación

Importación: Boston → Medellín/Sabaneta

- **Opción Aérea:** Aeropuerto Logan (BOS) → Aeropuerto JMC (MDE) → Sabaneta

- **Opción Marítima:** Puerto de Boston/Nueva York → Cartagena → Sabaneta

Exportación: Sabaneta → Boston

- **Opción Aérea:** Aeropuerto JMC (MDE) → Aeropuerto Logan (BOS)

- **Opción Marítima:** Puerto de Cartagena → Puerto de Boston/Nueva York → Boston

Tabla 16. Puertos y Aeropuertos claves.

Ciudad / País	Aéreo	Marítimo
Boston, EE.UU.	Aeropuerto Internacional Logan (BOS)	Puerto de Boston / Puerto de Newmark
Cartagena, Colombia	—	Puerto de Cartagena
Medellín/Saba neta	Aeropuerto JMC - Rionegro (MED)	Vía terrestre desde Cartagena, 15 hrs aprox.

Precio

1. **Costo total por unidad:** Nuestro producto tiene un costo de \$10 USD, y posteriormente en Colombia realizamos los siguientes procesos:

- **Estampado:** \$2 USD
- **Etiquetado:** \$2.75 USD
- **Empaque:** \$4 USD

Costo Total Unitario Aproximado: $\$10 + \$8.75 = \$18.75$ USD

2. Margen de Ganancia

Un margen saludable en moda está entre el 80% y 120%, pero como estamos comenzando, tendremos en cuenta uno moderado del 100%:

Precio de Venta = Costo Total x (1 + Margen)

Precio de venta sugerido:

\$18.75 x 2 = \$37.5 USD

3. Conversión a Pesos Colombianos

Usamos una tasa representativa de: \$4,000 COP/USD

\$37.5 USD x 4,000 = \$150,000 COP

Precio final sugerido:

- **\$37.5 USD** (venta internacional)
- **\$150,000 COP** (venta nacional)

PLAZA

Canales de Distribución

Canal elegido: Directo de la fábrica (Del almacén de productos terminados de la fábrica al consumidor final).

Este canal nos permite mantener un control completo sobre la experiencia del cliente, el margen de ganancia y la trazabilidad de los envíos. A través de la estrategia omnicanal, los pedidos se gestionan desde plataformas digitales propias (e-commerce, redes sociales o WhatsApp Business), y el producto se despacha directamente desde el centro de distribución.

Aplicación:

- **Producción y almacenamiento:** los leggings, shorts y tops se importan desde EE.UU o se fabrican localmente. Luego se almacenan en tu centro logístico en Sabaneta, Antioquia.
- **Venta:** las compras se realizan a través de tu tienda virtual, redes sociales, WhatsApp Business y marketplace propios o aliados.
- **Despacho:** se despachan desde tu bodega directamente al domicilio del cliente por medio de transportadoras nacionales (Colombia) o servicios de exportación directa para EE.UU. usando couriers como DHL, FedEx o USPS vía FCA (Free Carrier).
- **Ventajas:**
 - Reducción de costos por intermediación.
 - Mejora la fidelización y personalización del servicio.
 - Control de inventario centralizado.
 - Posibilidad de implementar estrategias de dropshipping parcial.
 - Escalabilidad hacia modelos de suscripción o ventas recurrentes.

Criterios para la selección y priorización de mercados (EE.UU.)

Criterios de Selección:

1. **Tamaño del mercado y demanda potencial:** Estados Unidos es el mayor mercado mundial de moda deportiva, con ventas que han alcanzado los USD 95.610 millones en 2021.
2. **Crecimiento del segmento femenino:** El segmento femenino lidera las ventas en moda deportiva, representando el 54,1% del mercado en EE. UU.

3. **Dependencia de importaciones:** El 95% de las prendas de moda deportiva en EE. UU. son importadas, lo que indica una alta apertura a proveedores internacionales.
4. **Acuerdos comerciales favorables:** El Tratado de Libre Comercio entre Colombia y EE. UU. facilita el acceso al mercado estadounidense para productos colombianos.

Criterios de Priorización:

- **Demanda creciente en el segmento objetivo:** El mercado estadounidense muestra una tendencia creciente en la demanda de ropa deportiva femenina.
- **Facilidad logística y canales de distribución establecidos:** La infraestructura logística entre Colombia y EE. UU. está bien desarrollada, facilitando las exportaciones.
- **Preferencias por productos sostenibles y de calidad:** Los consumidores estadounidenses valoran productos con enfoque en sostenibilidad y bienestar.

Tabla 17. Análisis comparativo Colombia - Estados Unidos.

CRITERIO	COLOMBIA	ESTADOS UNIDOS
Tamaño del mercado	Moderado, con crecimiento en el segmento fitness.	Mayor mercado mundial de moda deportiva.

Demanda de ropa deportiva	En aumento, especialmente en mujeres jóvenes.	Alta y sostenida, con crecimiento en el segmento femenino.
Competencia	Moderada, con presencia de marcas locales e internacionales.	Alta, con marcas globales dominando el mercado.
Canales de distribución	Tiendas físicas, e-commerce en crecimiento.	Predominio de e-commerce, marketplaces y tiendas especializadas.
Preferencias del consumidor	Valoración de calidad y diseño.	Enfoque en funcionalidad, sostenibilidad y estilo.
Barreras de entrada	Bajas, con apoyo gubernamental para exportaciones.	Moderadas, con requisitos de certificaciones y estándares de calidad.

Oportunidades y Amenazas

Oportunidades:

- **Creciente demanda de ropa deportiva femenina:** El segmento femenino lidera las ventas en moda deportiva en EE. UU.
- **Preferencia por productos sostenibles y de calidad:** Los consumidores valoran productos que promuevan el bienestar y la sostenibilidad.
- **Facilidad de acceso al mercado estadounidense:** Gracias al TLC entre Colombia y EE. UU., se facilita la exportación de productos colombianos.

Amenazas:

- **Alta competencia en el mercado estadounidense:** Presencia de marcas globales consolidadas que dominan el mercado.
- **Requisitos de certificaciones y estándares de calidad:** Necesidad de cumplir con normativas específicas para ingresar al mercado.

Elementos Base para la Estrategia de Mercadeo

- **Metas probables:** Alcanzar una participación del 0,5% en el mercado de ropa deportiva femenina en EE. UU. en los próximos 3 años.
- **Segmentos a atender:** Mujeres entre 25 y 40 años, interesadas en bienestar, fitness y moda sostenible.
- **Formas de entrar al mercado:** E-commerce propio, presencia en marketplaces como Amazon, marketing digital por medio de redes sociales y alianzas con boutiques especializadas.

- **Portafolio de productos:** Leggings, tops y shorts con materiales sostenibles y diseños innovadores.
- **Adecuaciones de productos:** Adaptación de tallas y estilos según preferencias del mercado estadounidense.
- **Canales de distribución y logística:** Envíos directos desde Colombia utilizando servicios de logística internacional confiables.
- **Promoción y publicidad:** participación en ferias del sector, campañas en redes sociales, colaboraciones con influencers y UGC.
- **Estrategias de precios:** Posicionamiento en el segmento medio-alto, ofreciendo valor agregado a través de calidad y sostenibilidad.

Criterios para la selección y priorización de mercados en Brasil

Criterios de Selección:

1. **Tamaño y crecimiento del mercado:** Brasil es uno de los mercados más grandes de América Latina para ropa deportiva, con una creciente demanda impulsada por el aumento de la conciencia sobre la salud y el bienestar.
2. **Demografía favorable:** La población brasileña, especialmente las mujeres jóvenes, muestra un interés creciente en actividades físicas como el fitness y el yoga, lo que impulsa la demanda de ropa deportiva femenina.
3. **Tendencias de consumo:** Existe una preferencia por productos que combinan funcionalidad y estilo, así como una creciente conciencia sobre la sostenibilidad en la moda.

Criterios de Priorización:

- **Acceso al mercado:** Brasil es miembro del Mercosur, lo que facilita acuerdos comerciales con países de la región.
- **Infraestructura logística:** Brasil cuenta con puertos y aeropuertos bien desarrollados que facilitan la importación de mercancías.
- **Potencial de crecimiento:** Se espera que el mercado de ropa deportiva en América Latina crezca a una tasa anual compuesta del 4,5% entre 2025 y 2034.

Tabla 18. Análisis comparativo Colombia - Brasil.

CRITERIO	COLOMBIA	BRASIL
Tamaño del mercado	Moderado, con crecimiento en el segmento fitness.	Grande, con una creciente demanda de ropa deportiva femenina.
Demanda de ropa deportiva	En aumento, especialmente en mujeres jóvenes.	Alta y sostenida, impulsada por tendencias de bienestar y fitness.
Competencia	Moderada, con presencia de marcas locales e internacionales.	Alta, con marcas globales y locales consolidadas.
Canales de distribución	Tiendas físicas y e-commerce en crecimiento.	Predominio de e-commerce, marketplaces y

		tiendas especializadas.
Preferencias del consumidor	Valoración de calidad y diseño.	Enfoque de funcionalidad, sostenibilidad y estilo.
Barreras de entrada	Bajas, con apoyo gubernamental para exportaciones.	Moderadas, con requisitos específicos de importación y certificaciones.

Oportunidades y Amenazas en el Mercado Brasileño

Oportunidades:

- **Creciente demanda de ropa deportiva femenina:** El interés en actividades físicas y bienestar impulsa la demanda.
- **Preferencia por productos sostenibles:** Los consumidores valoran productos que promuevan el bienestar y la sostenibilidad.
- **Facilidad de acceso al mercado:** Brasil es miembro del Mercosur, lo que facilita acuerdos comerciales con países de la región.

Amenazas:

- **Alta competencia en el mercado brasileño:** Presencia de marcas globales y locales consolidadas.
- **Requisitos específicos de importación:** Necesidad de cumplir con normativas y certificaciones específicas para ingresar al mercado.

Elementos Base para la Estrategia de Mercadeo en Brasil

- **Metas probables:** Alcanzar una participación significativa en el mercado de ropa deportiva femenina en Brasil en los próximos 3 años.
- **Segmentos a atender:** Mujeres entre 25 y 40 años, interesadas en bienestar, fitness y moda sostenible.
- **Formas de entrar al mercado:** E-commerce propio, presencia en marketplaces y alianzas con boutiques especializadas.
- **Portafolio de productos:** Leggings, tops y shorts con materiales sostenibles y diseños innovadores.
- **Adecuaciones de productos:** Adaptación de tallas y estilos según preferencias del mercado brasileño.
- **Canales de distribución y logística:** Envíos directos desde Colombia utilizando servicios de logística internacional confiables.
- **Promoción y publicidad:** Campañas en redes sociales, colaboraciones con influencers y participación en ferias del sector.
- **Estrategias de precios:** Posicionamiento en el segmento medio-alto, ofreciendo valor agregado a través de calidad y sostenibilidad.

Conclusión

El presente proyecto ha permitido estructurar de forma integral una propuesta empresarial orientada a la producción, comercialización y exportación de prendas deportivas (leggings, shorts y tops) bajo un modelo de negocio con enfoque omnicanal y operación transnacional. Partiendo de una base sólida de análisis productivo, financiero, logístico y comercial, se ha

comprobado la viabilidad del emprendimiento tanto a nivel nacional como internacional, especialmente en mercados como Estados Unidos y Brasil.

Uno de los pilares fundamentales de la viabilidad del proyecto es la estructuración eficiente de la cadena de suministro, que combina importación de prendas base desde China con procesos de valor agregado en Colombia (estampado, etiquetado y empaque). Esta estrategia permite disminuir costos operativos al aprovechar economías de escala asiáticas y, al mismo tiempo, generar valor local que habilita incentivos como el uso del Plan Vallejo, el cual permite optimizar la carga tributaria en exportaciones.

La elección del Incoterm FCA también fortalece la estrategia comercial, ya que brinda flexibilidad y claridad en la distribución de responsabilidades logísticas entre comprador y vendedor. La capacidad instalada nacional se ha diseñado de forma escalable, comenzando con un volumen ajustado a una inversión inicial controlada (USD 3.000) y proyectando una sostenibilidad a cinco años con potencial de ampliación productiva y financiera mediante la toma de créditos empresariales estructurados.

Desde la perspectiva de mercado, el análisis de inteligencia comercial ha permitido identificar a Estados Unidos como mercado objetivo, por su alta demanda de ropa deportiva, capacidad adquisitiva y cultura fitness consolidada. Brasil, por su parte, se configura como mercado alternativo altamente atractivo por su similitud cultural y crecimiento sostenido del sector deportivo. Ambos países muestran tendencias favorables en consumo, crecimiento de importaciones del rubro y oportunidades de diferenciación.

La marca, aunque aún no posicionada, cuenta con ventajas competitivas claras: una propuesta de valor basada en calidad, diseño personalizado, producción responsable y precios en

el segmento medio-alto, sin llegar a ser prohibitivos. Además, se han propuesto estrategias sólidas de posicionamiento, marketing digital, alianzas estratégicas, participación en ferias, uso de marketplaces y comercio directo, lo que facilita la entrada al consumidor final sin necesidad de grandes intermediarios.

En cuanto a la regulación internacional, se han identificado y detallado los requisitos técnicos, sanitarios, logísticos y arancelarios necesarios para la entrada de productos textiles a Estados Unidos y Brasil, incluyendo normas de etiquetado, certificados de origen, y documentación aduanera. Esto proporciona una base legal y operativa clara para el cumplimiento normativo.

Finalmente, los estudios financieros y de mercado realizados evidencian que, con una gestión estratégica y disciplinada, este emprendimiento tiene un alto potencial de sostenibilidad, escalabilidad y consolidación en el mediano y largo plazo. Su viabilidad no solo se sustenta en la rentabilidad del modelo, sino también en su capacidad para adaptarse a mercados internacionales competitivos y en constante evolución.

En conclusión, este proyecto representa una propuesta empresarial moderna, coherente, alineada con tendencias globales de consumo y estructurada bajo los más altos estándares de gestión. Su implementación fortalecerá el posicionamiento de una marca nacional con proyección internacional y aportará al desarrollo económico mediante generación de empleo, integración productiva y apertura de nuevos mercados para la industria textil colombiana.

Referencias bibliográficas

Banco Mundial. (2023). *Doing Business: Medición del entorno empresarial*.

<https://www.bancomundial.org>

International Trade Centre. (2024). *Trade Map – International trade statistics*.

<https://www.trademap.org>

International Organization for Standardization (ISO). (2020). *ISO 9001:2015 Quality management systems – Requirements*. <https://www.iso.org/standard/62085.html>

International Organization for Standardization (ISO). (2018). *ISO 14001:2015 Environmental management systems – Requirements with guidance for use*. <https://www.iso.org/standard/60857.html>

International Trade Centre. (2024). *Market Access Map – Tariffs and Import Requirements*. <https://www.macmap.org>

Legiscomex. (2024). *Inteligencia de mercados*. <https://www.legiscomex.com>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2023). *Plan Vallejo: Instrumentos para la internacionalización*. <https://www.mincit.gov.co>

ProColombia. (2023). *Guía práctica para exportar desde Colombia*. <https://www.procolombia.co>

Superintendencia de Industria y Comercio (SIC). (2024). *Reglamento técnico de etiquetado para productos textiles en Colombia*. <https://www.sic.gov.co>

U.S. Customs and Border Protection. (2023). *Importing into the United States: A Guide for Commercial Importers*. <https://www.cbp.gov>

United States International Trade Commission (USITC). (2023). *Harmonized Tariff Schedule of the United States (HTSUS)*. <https://hts.usitc.gov>

World Trade Organization (WTO). (2024). *Tariff Analysis Online*. <https://www.wto.org>