

**PROYECTO DE CREACIÓN DE EMPRESA**

**LCKR Colombia**

**Por**

**José David Gordillo González**

**Asesor**

**Alejandra Maria Lopez Chalarca**

**Universidad Católica Luis Amigó**

**Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables**

**Negocios Internacionales**

**Mercadeo Internacional**

**Medellín**

**2023**

**Resumen:**

LCKR Colombia se centra en la importación y venta de buzos y camisetas deportivas y casuales en Colombia. Con un plan integral, la empresa busca fortalecer su posición en el mercado. En términos financieros, el proyecto demuestra su rentabilidad con un Valor Actual Neto (VAN) de \$13,552,611.80 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 113%, superando la tasa de costo promedio ponderado (CCPP). Además, el Payback descontado de 11 meses y 7 días indica una rápida recuperación de la inversión inicial. Estos indicadores respaldan la posición sólida de LCKR Colombia en el mercado de ropa deportiva y casual importada en Colombia. La empresa se destaca por su enfoque en productos de alta calidad y su compromiso con la satisfacción del cliente, lo que la coloca en una posición favorable para continuar su crecimiento en el mercado nacional.

### **Abstract**

LCKR Colombia focuses on the import and sale of sports and casual hoodies and t-shirts in Colombia. With a comprehensive plan, the company aims to strengthen its position in the market. In financial terms, the project demonstrates its profitability with a Net Present Value (NPV) of \$13,552,611.80 and an Internal Rate of Return (IRR) of 113%, surpassing the weighted average cost of capital (WACC). Furthermore, the discounted Payback period of 11 months and 7 days indicates a quick recovery of the initial investment. These indicators support LCKR Colombia's strong position in the imported sports and casual clothing market in Colombia. The company stands out for its focus on high-quality products and commitment to customer satisfaction, placing it in a favorable position to continue its growth in the national market.

## Contenido

1	Capítulo I. Información General de la Empresa	10
1.1	Nombre de la Empresa y de la Marca Aspectos a tener en cuenta:	10
1.1.1	Nombre	10
1.1.2	Marca	10
1.1.3	Demostración de Elegibilidad del Nombre	10
1.2	Tipo de Empresa	10
1.2.1	Código CIIU	10
1.3	Descripción de la Empresa	10
1.4	Misión y Visión de la Empresa	11
1.4.1	Misión	11
1.4.2	Visión	11
1.5	Relación de Productos y/o Servicios	12
1.6	Ventajas Competitivas	12
1.6.1	Ventajas Competitivas	12
1.6.2	Distinciones Competitivas	12
1.7	Trámites y Costos	12
2	Capítulo II. Análisis de Entorno y Sector	13
2.1	Entorno	13
2.1.1	Colombia	13
2.1.2	Perfil País Internacional Seleccionado	13
2.2	Sector o Industria	13
2.2.1	Sector al Cual Pertenece	14
2.2.2	Rentabilidad del Sector	14
2.2.3	Tamaño del Sector (Volumen de Ventas)	14
2.2.4	Tendencias de Crecimiento (Últimos Años)	14
2.2.5	Proyección de Ventas del Sector	14
2.2.6	Estructura del Sector	14
2.2.7	Factores Claves de Éxito del Negocio	14
2.2.8	Cadena de Valor de la Industria	14
2.2.9	Barreras de Ingreso o Salida del Sector	14
2.2.10	Competidores	14

2.2.11	Poder de Negociación de los Clientes y Proveedores	14
2.2.12	Amenaza de Nuevos Productos Sustitutos	14
3	Capítulo III. Análisis del Mercado	15
3.1	Objetivos de Mercadeo	15
3.1.1	Objetivo General	15
3.1.2	Objetivos Específicos	15
3.2	Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios	15
3.3	Mercado Meta de los Bienes y Servicios Tener en cuenta:	15
3.4	Cuantificación del Cliente Potencial de Bienes y Servicios	15
3.5	Mercado Competidor	16
3.6	Mercado Distribuidor	16
3.6.1	Distribución Directa	16
3.6.2	Distribución a través de Terceros	16
3.7	Comunicación y Actividades de Promoción y Divulgación	16
3.7.1	Comunicación	16
3.7.2	Actividades de Promoción y Divulgación	17
3.8	Plan de Ventas	17
3.8.1	Encuesta	17
3.8.2	Plan de Ventas	17
4	Capítulo IV. Análisis de Comercio Internacional	18
4.1	Tratados Comerciales	18
4.2	Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios	18
4.3	Requisitos y Vistos Buenos	18
4.4	Capacidad Exportadora/Capacidad Importadora	18
4.5	Participación en Ferias Especializadas	18
4.6	Rutas de Acceso	18
4.7	Liquidación de Precios	18
4.7.1	Si es Importador	18
4.7.2	Si es Exportador	19
5	Capítulo V. Análisis Técnico	20
5.1	Descripción del Proceso de Producción	20
5.2	Capacidad de Producción	20
5.3	Plan de Producción	20

5.4	Recursos materiales y humanos para la producción	20
5.4.1	Locaciones	20
5.4.2	Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres	20
5.4.3	Requerimientos de materias primas e insumos	20
5.4.4	Requerimientos de servicios	20
5.4.5	Requerimientos de personal	20
6	Capítulo VI. Análisis Administrativo	21
6.1	Estructura Organizacional del negocio	21
6.1.1	Organigrama	21
6.1.2	Costo del personal y procesos administrativos tercerizados	21
7	Capítulo VII. Análisis legal	22
7.1	Tipo de Organización Empresarial	22
7.2	Certificaciones y Gestiones con Entidades Públicas	22
8	Capítulo VIII. Análisis Financiero	23
8.1	Tasas de Interés, Impuesto y Tasa de Rentabilidad	23
8.2	Aportes de Capital de los Socios	23
8.3	Créditos y Préstamos Bancarios	23
8.4	Ingresos y Egresos	23
8.4.1	Ingresos	23
8.4.2	Egresos	23
8.4.3	Estados Financieros	23
8.4.4	Estados Financieros Proyectados y Análisis de Sensibilidad	23
8.5	Evaluación Financiera	23
8.5.1	VPN, TIR, PAYBACK descontado	23
9	Conclusiones	24
10	Recomendaciones	25
11	Referencias	26
12	Anexos	27

## Lista de Tablas

Tabla 1 .....	12
Productos ofrecidos.....	12
Tabla 2 .....	13
Trámites y costos .....	13
Tabla 3 .....	15
IPC Mayo.....	15
Tabla 4 .....	30
Población de Medellín por edad y sexo en 2023.....	30
Tabla 5 .....	31
Mercado competidor de LCKR Colombia.....	31
Tabla 6 .....	37
Posición arancelarias de los productos vendidos por LCKR Colombia .....	37
Tabla 7 .....	38
Requisitos y vistos buenos de buzos y camisetas.....	38

## Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Consulta nombre en página RUES .....	10
Ilustración 2. Tasa global de participación, ocupación y desempleo .....	16
Ilustración 3. Principales países origen de las importaciones del producto en valor CIF... ..	18
Ilustración 4. Comportamiento de las importaciones del producto por mes en valor CIF.. ..	18
Ilustración 5. Importaciones de buzos y camisetas en Colombia representadas en valor FOB en dólares.....	22
Ilustración 6. Principales ciudades donde se venden los productos de LCKR Colombia	29
Ilustración 7. Proyeccion a 3 años de LCKR Colombia .....	35
Ilustración 8. Factura transporte internacional .....	42
Ilustración 9. Factura transporte internacional.....	42
Ilustración 10. Maquinaria, equipos, muebles y enseres .....	45
Ilustración 11. Organigrama LCKR Colombia .....	48
Ilustración 12. Amortización préstamo .....	51
Ilustración 13. Proyeccion a 3 años de LCKR Colombia .....	52
Ilustración 14. Egresos mensuales de LCKR Colombia.....	52
Ilustración 15. Costos fijos mensuales de LCKR Colombia.....	53
Ilustración 16. Costos variables mensuales de LCKR Colombia.....	53
Ilustración 17. Estado de pérdidas y ganancias.....	55
Ilustración 18. Costo financiero de los pasivos y patrimonio .....	55
Ilustración 19. Análisis de sensibilidad .....	56
Ilustración 20. VPN, TIR y Payback descontado.....	57
Ilustración 21. Inventario.....	62

### **Introducción:**

En el contexto de la práctica universitaria que involucró la creación y operación de LCKR Colombia, se presenta este informe que documenta los logros y la experiencia de esta iniciativa empresarial. LCKR Colombia se destacó en la venta de buzos y camisetas deportivas-casuales importadas en todo el país. Esta experiencia práctica fue un componente fundamental de la educación del estudiante, ya que combinó la teoría académica con la aplicación en un entorno empresarial real.

La creación y operación de LCKR Colombia se convirtió en un hito significativo en el viaje educativo del estudiante. Esta práctica universitaria le permitió al estudiante aplicar los conocimientos adquiridos en un contexto de negocios, enfrentando desafíos y oportunidades que solo pudieron comprenderse plenamente a través de la experiencia directa. La modalidad de creación de empresa no solo impulsó la comprensión de la teoría empresarial, sino que también fomentó el desarrollo de habilidades prácticas esenciales, como la toma de decisiones, la gestión de recursos y la adaptación a un mercado en constante cambio.

En el contexto de esta práctica universitaria, se estableció un objetivo general que buscaba establecer y consolidar la posición de la tienda como líder en el mercado de venta de buzos y camisetas deportivas-casuales importadas en todo el país. Para lograr este objetivo, se definieron objetivos específicos que incluyeron la mejora de la presencia en línea de LCKR Colombia para ofrecer a los clientes una experiencia excepcional. Además, se trabajó en la ampliación y diversificación del inventario de la empresa, centrándose en opciones exclusivas y novedosas en buzos y camisetas deportivas-casuales con el propósito de atender a un público más amplio.

Este informe siguió una estructura que abarcó varios capítulos. Comenzó con una descripción de la empresa. Luego, se procedió a analizar el entorno y el sector, seguido por un análisis detallado del mercado. Posteriormente, se exploró la dinámica del comercio internacional. Además, se examinaron los aspectos técnicos, administrativos, legales y financieros y por último, se presentaron las conclusiones que se derivaron de este análisis exhaustivo.

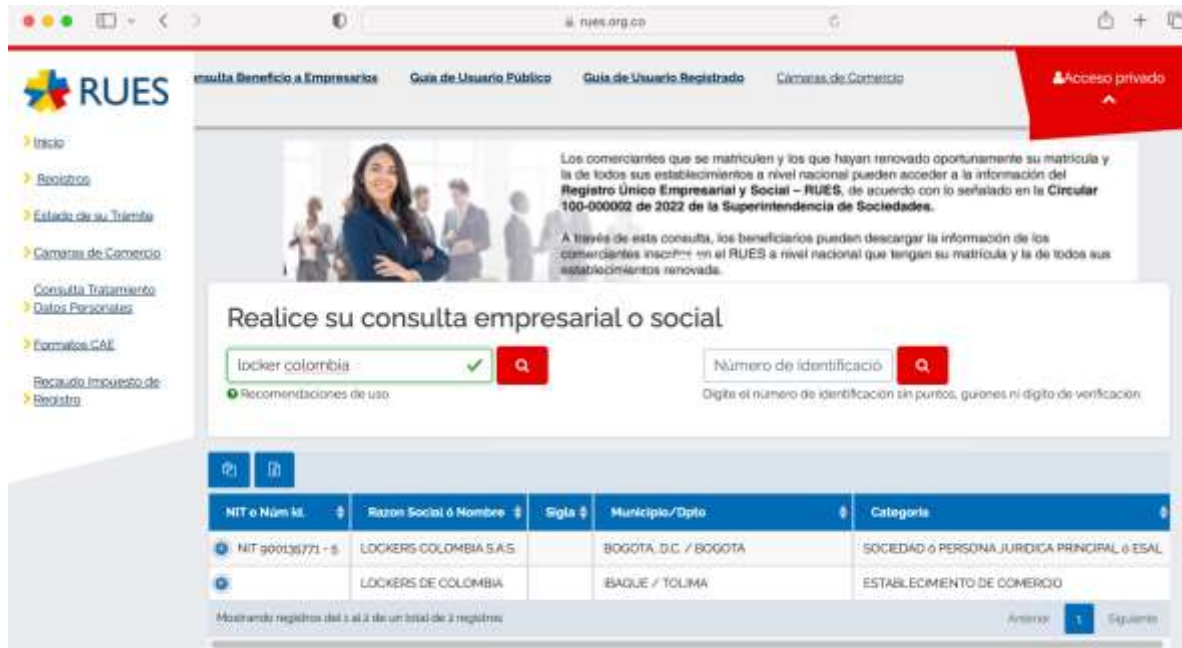
## 1 Capítulo I. Información General de la Empresa

### 1.1 Nombre de la Empresa y de la Marca

#### 1.1.1 Nombre

LCKR Colombia

#### 1.1.2 Marca



The screenshot shows the RUES website interface. At the top, there is a navigation bar with the RUES logo and several menu items: 'Consulta Beneficio a Empresarios', 'Guía de Usuario Público', 'Guía de Usuario Registrado', and 'Cámaras de Comercio'. A red button for 'Acceso privado' is visible on the right. Below the navigation bar, there is a banner with a woman and text about the RUES system. The main content area features a search form titled 'Realice su consulta empresarial o social'. The search input field contains 'locker colombia' and has a green checkmark and a red search button. To the right, there is a field for 'Número de identificación' with a red search button. Below the search form, there is a table with the following data:

NIT o Núm. Id.	Razón Social ó Nombre	Sigla	Municipio/Dpto.	Categoría
NIT 900135771 - S	LOCKERS COLOMBIA S.A.S		BOGOTÁ, D.C. / BOGOTÁ	SOCIEDAD ó PERSONA JURÍDICA PRINCIPAL ó ESAL
	LOCKERS DE COLOMBIA		BAJULÉ / TOLIMA	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO

At the bottom of the table, it says 'Mostrando registros del 1 al 2 de un total de 2 registros'. There are also buttons for 'Anterior' and 'Siguiente'.

o Ilustración 1. Consulta nombre en página RUES

*Nota.* Prueba de la consulta de nombre en la página RUES de la cámara de comercio. Tomada de RUES, el 28 de junio de 2023

#### 1.1.3 Demostración de Elegibilidad del Nombre

En la imagen del punto anterior, se comprueba la elegibilidad del nombre de la empresa ya que existe otra con el mismo nombre según el RUES.

### 1.2 Tipo de Empresa

El tipo de persona jurídica más adecuado para LCKR Colombia es una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS). Una SAS es una forma de sociedad que permite la creación y operación de una empresa con mayor flexibilidad y menor complejidad administrativa en comparación con otros tipos de sociedades.

Entre las ventajas de escoger una SAS frente a las demás, son las siguientes:

- La principal ventaja de una SAS es que ofrece a sus accionistas una limitación de responsabilidad. Esto significa que los accionistas no serán personalmente responsables por las deudas u obligaciones de la empresa más allá del capital aportado.
- Flexibilidad en la estructura de gestión: La SAS permite adaptar la estructura de gestión a las necesidades específicas de la empresa. Esto brinda mayor autonomía a los socios para establecer cómo se tomarán las decisiones y cómo se administra la empresa de acuerdo con su modelo de negocio.
- En Colombia, las SAS tienen la opción de elegir entre el régimen simplificado o el régimen común de tributación, según sus ingresos y otros factores. Esto proporciona flexibilidad para ajustar la carga tributaria a las circunstancias de la empresa.
- La constitución de una SAS es relativamente rápida y sencilla en comparación con otros tipos de sociedades. Los trámites pueden realizarse principalmente de forma virtual, lo que facilita el proceso y reduce los costos y tiempos asociados.
- La SAS puede emitir acciones para captar capital de inversores, lo que facilita el acceso a financiamiento adicional para el crecimiento y desarrollo del negocio.

### **1.2.1 Código CIU**

Código 4791 Comercio al por menor realizado a través de Internet

En las ventas al por menor en esta clase, el comprador elige su opción basado en información provista por un portal de internet. El cliente hace su pedido usualmente a través de medios especiales provistos por un portal de internet. Los productos comprados pueden o no ser directamente descargados de internet o entregados físicamente al cliente. (DIAN Colombia, s.f.)

### **1.3 Descripción de la Empresa**

LCKR Colombia es una tienda virtual que se dedica a importar prendas de vestir desde Estados Unidos con el fin de comercializarlas principalmente en la ciudad de Medellín, sus alrededores y el territorio nacional.

El sector económico al cual pertenece la tienda es al comercio minorista, específicamente en el subsector de venta al por menor de prendas de vestir y accesorios

La tienda presta sus servicios virtualmente, sin embargo, cuenta con un punto de almacenamiento y distribución de la mercancía en el barrio Estadio, en la ciudad de Medellín

Es una microempresa, donde trabajan cuatro personas, dos de estos están de forma directa y los otros dos son tercerizados

## 1.4 Misión y Visión de la Empresa

### 1.4.1 Misión

Vender a jóvenes y adultos que se apasionen por la moda y el deporte, la mejor selección de ropa sport - casual importada de marcas reconocidas mundialmente, ofreciendo productos auténticos y de calidad

### 1.4.2 Visión

Convertirnos para el 2027 en la tienda virtual de referencia en Medellín, sus alrededores y en el resto de territorio nacional para aquellos que buscan ropa deportiva - casual importada de marcas líderes. Aspiramos a ser reconocidos por nuestro compromiso con la autenticidad, la variedad de productos y el servicio al cliente

## 1.5 Relación de Productos y/o Servicios

- [Tabla 1](#)
- [Productos ofrecidos](#)

IMAGEN DEL PRODUCTO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN TÉCNICA	BENEFICIOS
	Camiseta Nike	Material principal: Poliéster-Elastano Marca: Nike Color: Negro Sexo: Masculino Mangas: Manga corta	Su tejido ligero con tecnología que expulsa el sudor te mantiene seco durante todo el recorrido, y sus cuidados detalles, como el swoosh bordado y las mangas raglán, harán que tu look destaque.
	Buzo Jordan	Material: Algodón Marca: Jordan Sexo: Hombre Color: Naranja	El buzo con gorro Zion de la marca Jordan lo hace todo, para que te mantengas activo, protegiéndote del frío mientras te sientes cómodo.

*Nota.* Fuente: Elaboración propia.

## **Ventajas Competitivas**

### **1.5.1 Ventajas Competitivas**

La ventaja competitiva de LCKR Colombia frente a las demás tiendas, es que las prendas importadas se consiguen directamente en los almacenes de las marcas vendidas, lo que asegura que en el territorio nacional sean más exclusivas y difíciles de conseguir en la competencia. Puesto que estas y los almacenes más grandes, suelen tener catálogos muy similares entre ellas.

### **1.5.2 Distinciones Competitivas**

Entre las distinciones más relevantes, se tiene:

- 1.5.2.1 Se ofrece una amplia variedad de medios de pago como plan separe, transferencia, pago contra entrega, tarjetas debito y credito
- 1.5.2.2 Precios por debajo de los ofrecidos por la competencia
- 1.5.2.3 El contenido subido a redes es creativo e interactivo
- 1.5.2.4 Las entregas de los pedidos se realizan durante todo el dia y parte de la noche, algo que la competencia no hace, ya que si compras después de cierta hora, despachan el producto al siguiente día
- 1.5.2.5 En la experiencia de compra la marca se preocupa porque sea algo agradable puesto que se trata muy bien al cliente desde el momento en que se saluda, hasta el momento de hacer la entrega de la compra donde se dan incentivos como calcomanías y dulces
- 1.5.2.6 La trayectoria que tiene LCKR Colombia de 4 años en el mercado, genera mayor confianza a la hora de las personas decidir dónde comprar sus prendas de vestir
- 1.5.2.7 Todos los buzos y camisetas del catálogo son para entrega inmediata
- 1.5.2.8 El equipo está dedicado a una investigación selectiva y constante de las últimas tendencias en moda y estilo. Monitoreamos los nuevos lanzamientos de temporada.

## **1.6 Trámites y Costos**

Tabla 2

Trámites y costos

Descripción	Entidad	Valor
-------------	---------	-------

Solicitud de registro de marca (primera o única clase) por ser una micro empresa, obtiene un descuento del 28% (CARDENAS VEGA, propiedad intelectual, 2023)	Superintendencia de Industria y Comercia	1.116.500
Registro de matrícula mercantil: No tiene costo ya que LCKR aplica al beneficio de la ley 1780, ley de emprendimiento juvenil	Cámara de comercio	0
Formulario RUES	Cámara de comercio	7.200
Certificado de matrícula mercantil	Cámara de comercio	3.600
Certificado de existencia y representación legal, inscripción de documentos	Cámara de comercio	7.200
Solicitud de libros de actas del máximo órgano y de sus integrantes	Cámara de comercio	18.000

*Nota.* Fuente: Elaboración propia.

## 2 Capítulo II. Análisis de Entorno y Sector Entorno

### 2.1.1 Colombia

#### 2.1.1.1 Tecnológico

Los avances tecnológicos pueden influir en la forma en que los consumidores compran ropa y en cómo la tienda se comunica y promociona sus productos. El crecimiento del comercio electrónico y las redes sociales ha transformado la forma en que se realizan las ventas, lo que requiere que la tienda tenga una presencia en línea sólida y esté al tanto de las nuevas tendencias tecnológicas. Además, la adopción de tecnologías como el análisis de datos y la inteligencia artificial puede ayudar a la tienda a comprender mejor a sus clientes y tomar decisiones estratégicas.

### 2.1.1.2 Económico

Los factores económicos, como la tasa de crecimiento económico, el nivel de ingresos de la población, la inflación y el desempleo, pueden afectar el poder adquisitivo de los consumidores y, por lo tanto, su disposición a gastar en ropa. Durante períodos de recesión económica, los consumidores pueden reducir su gasto en productos no esenciales, lo que puede impactar las ventas de la tienda. Además, los cambios en las políticas monetarias y fiscales pueden tener efectos en los costos de importación, los precios de los productos y las tasas de cambio, lo que a su vez puede influir en la rentabilidad de la tienda.

Actualmente los indicadores para Colombia son los siguientes:

- Tasa de crecimiento económico: “La economía colombiana creció 3,0% en el primer trimestre de 2023” (Dane)
- PIB Per Cápita: “para el 2022, estuvo en 6630 USD, lo que corresponde en pesos colombianos aproximadamente a 27’633.840” (Banco Mundial, s.f)
- IPC: Como se pueden observar en la tabla, la variación mensual del IPC, fue del 0,43%

Tabla 3

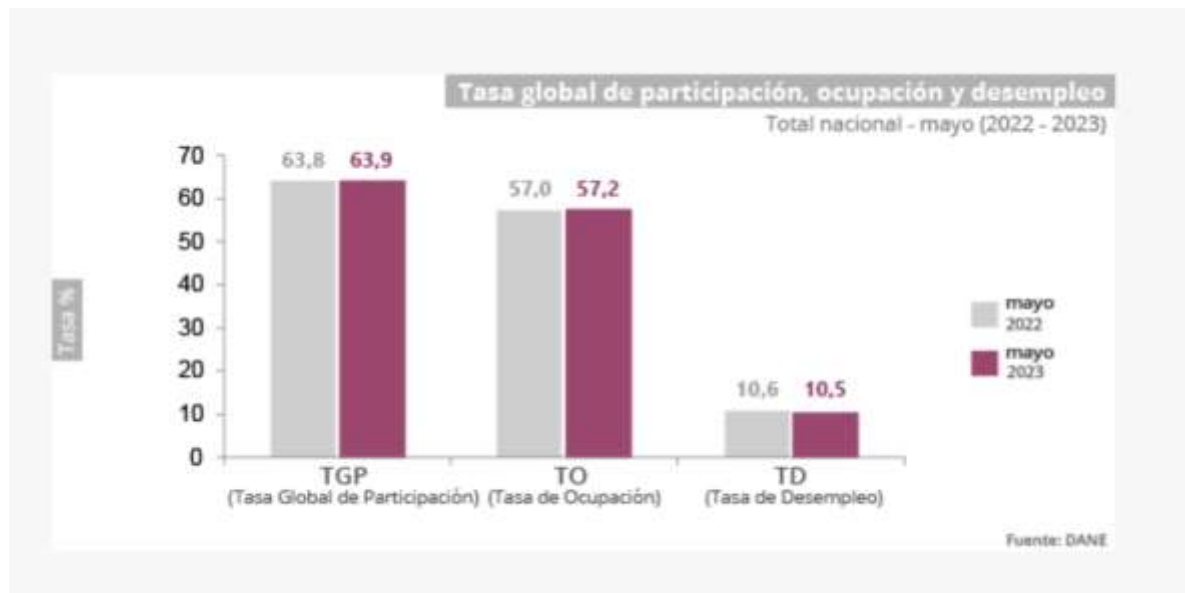
IPC Mayo

<b>(IPC) Índice de Precios al Consumidor</b>						
Variación mensual, año corrido y anual - Total nacional - 2022 - 2023 (mayo)						
IPC	Mayo					
	Variación Mensual		Variación Año corrido		Variación Anual	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022
IPC total	<b>0,43</b>	0,84	<b>5,83</b>	6,55	<b>12,36</b>	9,07

*Nota.* Tabla donde se visualiza el índice de precios al consumidor del mes de mayo para 2022 y 2023 con sus respectivas variaciones en Colombia. Tomado de DANE 2023

- Tasa de desempleo: En el 2022 la tasa de desempleo en Colombia para diciembre fue 10,3 %, es decir, 1,2 puntos porcentuales por debajo de la que registró el país en el mismo mes de 2021. Además, la tasa de desempleo para todo el año 2022, se ubicó en 11,2%. (Becerra, 2023)

“Para el mes de mayo de 2023, la tasa de desempleo del total nacional fue 10,5%, la tasa global de participación se ubicó en 63,9% y la tasa de ocupación fue 57,2%” (DANE, s.f.)



○ *Ilustración 2.* Tasa global de participación, ocupación y desempleo

*Nota.* Gráfico comparativo donde se muestra la tasa global de participación, ocupación y desempleo de Colombia en los meses de mayo de 2022 y 2023. Tomado de DANE 2023

### 2.1.1.3 *Político y Legal*

Las decisiones políticas y legales, como cambios en las regulaciones comerciales, laborales y de impuestos, pueden tener un impacto directo en la operación y rentabilidad de la tienda. Por ejemplo, modificaciones en las políticas de importación pueden afectar el acceso a productos importados, así como los costos y plazos de entrega. Asimismo, cambios en las regulaciones laborales pueden tener implicaciones en las obligaciones y costos laborales de la tienda.

En diciembre de 2022, con el objetivo de promover la competitividad de la industria nacional y la creación de puestos de trabajo, el Gobierno del presidente Gustavo Petro estableció el arancel ad valorem del 40 %, el máximo consolidado permitido por la Organización Mundial del Comercio (OMC), a la importación de confecciones, específicamente las correspondientes a los capítulos 61 y 62. (MinCIT, 2022)

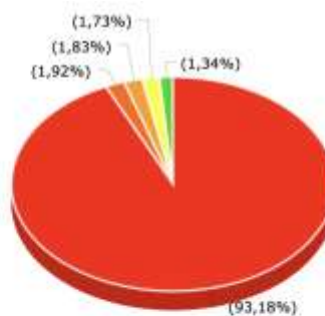
“La decisión, que se adopta con el Decreto 2598 del 23 de diciembre de 2022, señala que este gravamen se aplica a las confecciones procedentes de los países con los que Colombia no tiene acuerdos comerciales vigentes” (MinCIT, 2022)

Además, establece que a las mercancías referentes a los capítulos 61 y 62 que salgan hacia el territorio nacional desde una Zona de Régimen Aduanero Especial, de una Zona

Franca o de un Centro de Distribución Logística Internacional, se les aplicará el arancel en mención. (MinCIT, 2022)

### 2.1.2 Perfil País Internacional Seleccionado (Estados Unidos)

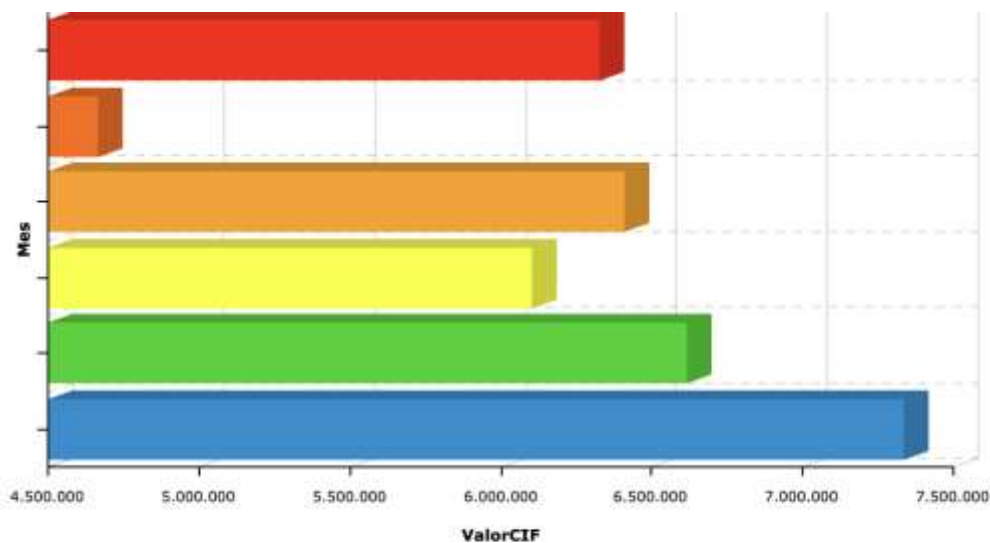
- **Capital:** Washington, D.C.
- **Superficie:** 9.834.000 km<sup>2</sup>, siendo el tercer país más extenso del mundo.
- **Población:** Aproximadamente 331.000.000.
- **Forma de gobierno:** República federal presidencial.
- **Idioma oficial:** Inglés.
- **Moneda:** Dólar estadounidense.
- **Países vecinos:** Limita al norte con Canadá a lo largo de una frontera de aproximadamente 5.525 km, y al sur con México a lo largo de una frontera de 3.155 km. Las costas del país limita al oeste con el océano Pacífico, al este con el océano Atlántico y el golfo de México.
- **Clima:** El clima en Estados Unidos es muy diverso debido a su extensa geografía. Las zonas climáticas varían desde árticas en Alaska hasta tropicales en Hawái y Florida. En general, el país experimenta un rango de climas que incluye desde desérticos en el suroeste hasta templados y polares en el norte.



País	Valor CIF
CHINA	33.399.824,91
INDIA	688.454,86
VIETNAM	654.422,76
ESTADOS UNIDOS	619.900,40
ESPAÑA (UE)	481.475,72

- *Ilustración 3.* Principales países origen de las importaciones del producto en valor CIF

*Nota.* Gráfico donde se muestran los principales países de origen de las importaciones de camisetas y buzos hacia Colombia. Como observamos, el principal país exportador es China, seguido por India, Vietnam y Estados Unidos que es el país del que se trae actualmente las camisetas y buzos. Tomado de Legiscomex 2023.



Mes	Valor CIF
2023-Ene	6.325.191,27
2023-Feb	4.663.319,92
2023-Mar	6.407.144,96
2023-Abr	6.103.960,44
2023-May	6.613.722,58
2023-Jun	7.334.570,77

- *Ilustración 4.* Comportamiento de las importaciones del producto por mes en valor CIF

*Nota.* Como se puede apreciar en el gráfico de barras, los meses en los que más se importó hacia Colombia las camisetas y buzos, fueron Junio, Mayo, Marzo y Enero respectivamente. Tomado de Legiscomex 2023

### **2.1.2.1 Sociocultural**

En Estados Unidos, los factores socioculturales desempeñan un papel fundamental en la industria de la moda y el comercio minorista de ropa. Las tendencias de moda, los estilos de vida, los valores y las preferencias de los consumidores estadounidenses están en constante evolución y pueden influir significativamente en la demanda de ropa y la elección de productos en las tiendas.

En la actualidad, la diversidad cultural es un aspecto muy relevante en Estados Unidos. Las preferencias de los consumidores están influenciadas por una mezcla de culturas, lo que ha llevado a una mayor demanda de productos que reflejen la inclusión y la representación de diversas identidades étnicas, raciales, de género y orientaciones sexuales. Las marcas que abrazan la diversidad y promueven la inclusión tienden a ganar una imagen de marca más positiva y atractiva para un público más amplio.

Además, la sostenibilidad se ha vuelto una preocupación importante para los consumidores en Estados Unidos. La moda sostenible, que incluye prácticas como el uso de materiales reciclados, la producción ética y la reducción de residuos, está ganando terreno en la industria. Las marcas que adoptan medidas sostenibles no solo responden a las preocupaciones del público, sino que también pueden atraer a consumidores conscientes del medio ambiente.

### **2.1.2.2 Económico**

Actualmente, la economía estadounidense puede estar influenciada por factores como la inflación, las tasas de interés y la tasa de desempleo. Estos factores pueden afectar el poder adquisitivo de los consumidores y, en consecuencia, su disposición a gastar en ropa y productos en tiendas.

La reciente pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto significativo en la economía, causando cambios en los patrones de gasto y la forma en que las personas compran ropa. Las compras en línea han experimentado un aumento notable, lo que ha llevado a que muchas tiendas se enfoquen aún más en sus plataformas de comercio electrónico y en ofrecer experiencias de compra digitales.

Estados Unidos es la primera economía del mundo por volumen de PIB. Su deuda pública en 2021 fue de 24.905.559 millones de euros, es el país más endeudado del mundo, con una deuda del 126,43% del PIB está entre los países con más deuda respecto al PIB del mundo. (Datos Macro, 2023.)

“La última tasa de variación anual del IPC publicada en Estados Unidos es de julio de 2023 y fue del 3,2%.” (Datos Macro, 2023.)

El PIB per cápita es un muy buen indicador del nivel de vida y en el caso de Estados Unidos, en 2022, fue de 72.710 € euros. Esta cifra supone que sus habitantes tienen un buen nivel de vida, ya que ocupa el puesto número 9 en el ranking de 196 países del ranking de PIB per cápita. (Datos Macro, 2023)

En cuanto al Índice de Desarrollo Humano o IDH, que elabora las Naciones Unidas para medir el progreso de un país y que en definitiva nos muestra el nivel de vida de sus habitantes, indica que los estadounidenses tienen una buena calidad de vida. (Datos Macro, 2023.)

### **2.1.2.3 Política Comercial y Tributaria**

Las políticas comerciales y tributarias en Estados Unidos pueden tener implicaciones importantes para la industria minorista de ropa. Los cambios en las relaciones comerciales internacionales, como acuerdos comerciales con otros países o cambios en las tarifas arancelarias, pueden afectar los costos de importación de ropa y, en última instancia, los precios al consumidor.

En Estados Unidos, para vender productos en línea legalmente, se debe solicitar un número de identificación fiscal sobre las ventas. Luego, hay que asegurarse de recaudar y declarar todos los impuestos sobre las ventas aplicables a nivel estatal y local. Además, debe cumplir con las leyes de protección de datos de clientes digitales, como COOPA, CCPA (si opera en California) y GDPR (para ventas en Europa). (Regan, s.f.)

Todas las tiendas online necesitan una política de privacidad, que explique qué datos recopila (por ejemplo, cookies), con qué fines, durante cuánto tiempo los almacena y cómo los utiliza. Los consumidores consideran sospechosos los sitios de comercio electrónico sin una política de privacidad y pueden atraer la atención de los reguladores locales, que supervisan el cumplimiento de las leyes de protección de datos de los clientes. (Regan, s.f.)

Los propietarios de tiendas de comercio electrónico están sujetos a las leyes generales de derechos de autor y marcas registradas, de manera similar a otros tipos de negocios. Estos pueden proporcionar derechos legales para proteger el contenido de su sitio web contra distribución no autorizada, uso indebido y copia. También puede optar por seguir los pasos adecuados para registrar el nombre de su tienda en línea y, en algunos casos, también un nombre de dominio. (Regan, s.f.)

En general, 45 estados y Washington DC tienen impuestos sobre las ventas a nivel estatal para las ventas en línea realizadas por o a residentes locales (empresas y particulares). Por separado, casi todos los estados tienen un nexo con el impuesto sobre las ventas: un grado de conexión entre un minorista en línea y el estado que requiere que el minorista se registre y recaude el impuesto sobre las ventas dentro del estado. (Regan, s.f.)

En el caso del inventario, si se va a tener un inventario sustancial, también debe verificar el contrato de arrendamiento de bienes raíces, la escritura o los códigos de zonificación para ver si existe alguna prohibición para administrar un negocio como el que está considerando fuera de su casa. (Regan, s.f.)

Además, las políticas tributarias, como los impuestos sobre las ventas (conocidos como impuesto sobre las ventas y el uso, o sales tax), pueden variar según el estado. Esto significa que las tiendas deben tener en cuenta las regulaciones tributarias específicas de cada estado al fijar los precios y calcular los márgenes de ganancia. (Regan, s.f.)

## **2.2 Sector o Industria**

### **2.2.1 Sector al Cual Pertenece**

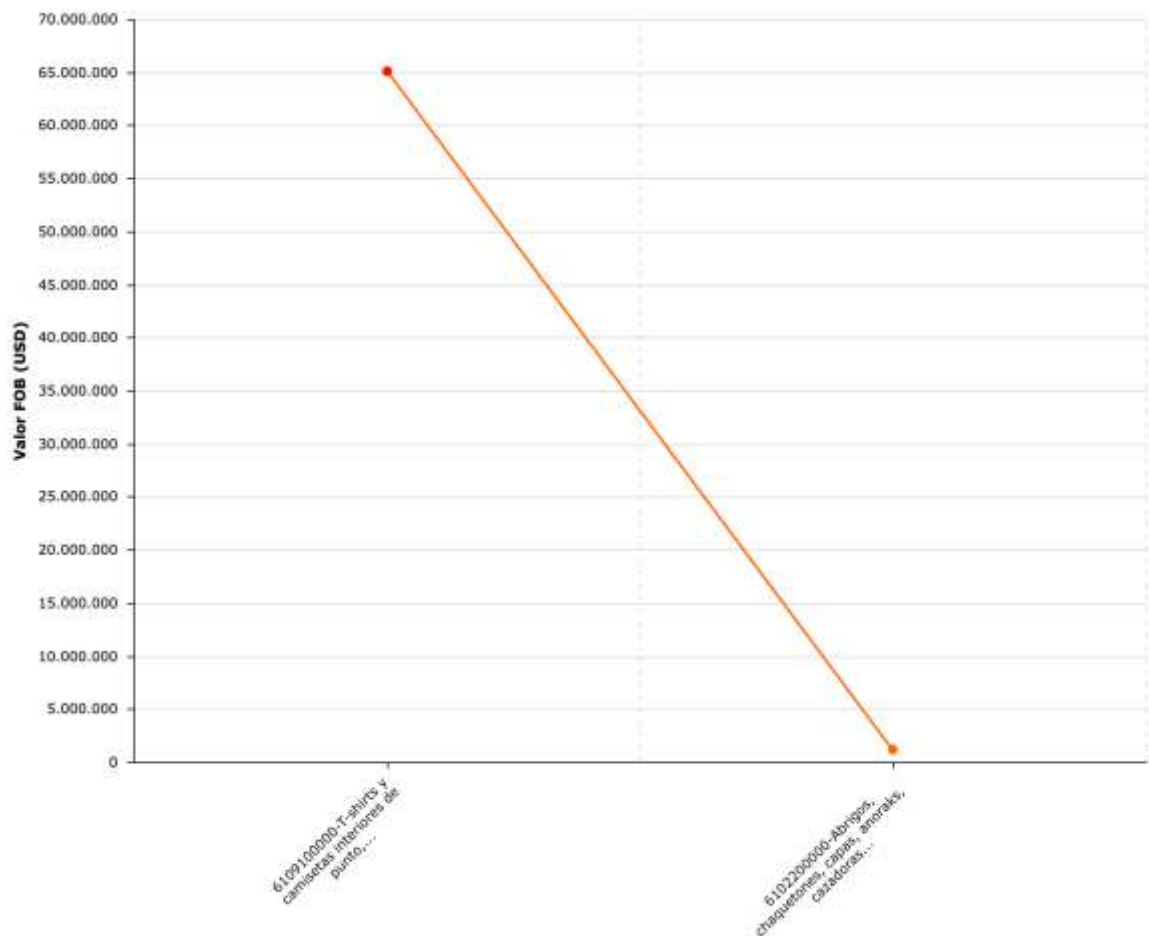
LCKR Colombia pertenece al sector textil de la moda

### **2.2.2 Rentabilidad del Sector**

Según información oficial obtenida de las grandes autoridades en textil y moda de Colombia y verificada con la información de los look books y listas de precios de los diseñadores colombianos, el coeficiente promedio de ganancia en el país es de máximo el 125 % por prenda, es decir: dependiendo de las categorías y del mercado, los márgenes para el consumidor final van desde 50 % hasta 90 % y para los mayoristas está entre 40 % a 70 %. (Manual de Moda, 2019)

### **2.2.3 Tamaño del Sector (Volumen de Ventas)**

En importaciones entre enero del 2022 a diciembre del mismo año, para las subpartidas de los productos vendidos por LCKR los cuales son Buzos y camisetas, ascienden a un valor FOB en dólares de 66'154.821 (Legiscomex, 2023)



○ *Ilustración 5.* Importaciones de buzos y camisetas en Colombia representadas en valor FOB en dólares

*Nota.* Como se puede apreciar en el gráfico de barras, las camisetas tienen un peso bastante representativo en las importaciones hacia Colombia. Tomado de Legiscomex 2023

## 2.2.4 Tendencias de Crecimiento (Últimos Años)

“Las importaciones también presentaron crecimiento, acumulando de enero a diciembre de 2021 US\$2.534 millones, 27% más que en el mismo periodo de 2020, y 19% más respecto al mismo periodo de 2019” (Estrada, 2022)

## 2.2.5 Proyección de Ventas del Sector

“En los próximos cuatro años este mercado alcanzará los US\$551.000 millones de facturación (500.000 millones de euros), de acuerdo con un análisis de GlobalData” (Rodríguez, 2022)

Este incremento representa una subida de un 25% en el ciclo 2021-2025, ya que la consultora espera que esta tendencia se desplace también a las oficinas con el regreso de la presencialidad. Esto, además significa que la ropa deportiva aumentará su cuota en el mercado de la ropa hasta 23,6 % en 2025 (Rodríguez, 2022)

### 2.2.6 Estructura del Sector

Esta industria es sumamente grande y crea una infinidad de opciones de desarrollo, está compuesta por diseñadores, productores textiles, modelos, comerciantes y consumidores que tienen como único elemento en común cualquier producto de uso personal: prendas de vestir, calzado o complementos. (Free Content, 2020)

### 2.2.7 Factores Claves de Éxito del Negocio

- **Conexión con el Público Objetivo:** Logramos comprender a la perfección las necesidades y preferencias de nuestros clientes juveniles y deportivos, lo que nos ha permitido conseguir productos y experiencias gratificantes para ellos.
- **Tendencias y Estilo Actualizado:** Mantenemos una vigilancia constante sobre las últimas tendencias en moda juvenil y deportiva, lo que nos permite ofrecer productos que van de la mano con las expectativas cambiantes de nuestros clientes.
- **Calidad y Durabilidad:** Las camisetas y buzos de alta calidad y durabilidad se convirtieron en un sello distintivo de nuestra marca, ganándonos la confianza y lealtad de nuestros clientes.
- **Diversidad de Productos:** Ofrecemos una amplia gama de prendas camisetas y buzos, brindando a nuestros clientes la oportunidad de encontrar exactamente lo que buscan en nuestro catálogo.
- **Marketing Digital Eficiente:** Utilizamos estrategias de marketing digital innovadoras para promocionar nuestros productos en Instagram y Facebook con el fin de aprovechar al máximo las ventajas de la publicidad segmentada.
- **Imagen de Marca Fuerte:** Durante los 4 años de trayectoria, hemos creado y mantenido una imagen de marca sólida y atractiva que reflejó perfectamente el estilo juvenil y deportivo de nuestra ropa, lo que nos permitió destacar en un mercado competitivo.
- **Innovación Constante:** Nos mantenemos a la vanguardia de la innovación, adaptándonos continuamente a las cambiantes demandas del mercado y las preferencias de nuestros clientes.
- **Logística Eficiente:** Garantizamos una logística para la entrega de productos, superando las expectativas de nuestros clientes con tiempos de entrega rápidos y confiables.

### 2.2.8 Cadena de Valor de la Industria

#### 2.2.8.1 Actividades Primarias

- **Distribución y logística:** Comprende la gestión de inventario, embalaje, transporte y entrega de las prendas a los puntos de venta o directamente al cliente en caso de comercio electrónico.
- **Marketing y ventas:** Involucra la promoción de productos de moda, estrategias de marketing, publicidad, gestión de tiendas minoristas (físicas o en línea) y ventas directas al cliente.

- **Servicio al cliente:** Se refiere al soporte y atención al cliente después de la venta, incluyendo manejo de devoluciones, cambios y consultas.

#### **2.2.8.2 Actividades de Apoyo**

- **Investigación y desarrollo de mercado:** Investigación de tendencias, análisis de mercado, estudios de mercado y evaluación de la demanda de los consumidores.
- **Gestión de proveedores:** Selección de proveedores, establecimiento de relaciones comerciales sólidas, control de calidad, gestión de inventario
- **Tecnología de la información:** Implementación y gestión de sistemas y software para el manejo eficiente de inventario, ventas, logística y operaciones en general.
- **Gestión de recursos humanos:** Contratación, capacitación y gestión del personal necesario en áreas como ventas y atención al cliente, marketing, contabilidad, etc

### 2.2.9 Barreras de Ingreso o Salida del Sector

El mercado estadounidense se ha convertido en una meta para la expansión internacional de muchas empresas, incluso en la importación de productos como la ropa. Sin embargo, existen ciertas barreras que deben tenerse en cuenta al entrar en el mercado de importación desde Estados Unidos hacia Colombia. Estas barreras, aunque pueden parecer desafiantes, no son insuperables y requieren estrategias adecuadas para abordarlas.

- **Regulaciones Aduaneras y Aranceles:** Las regulaciones aduaneras y los aranceles pueden aumentar los costos de importación, lo que afecta la rentabilidad y competitividad de las camisetas y buzos importados.
- **Normativas Legales:** Las leyes y regulaciones específicas de importación en Colombia pueden ser complejas y deben cumplirse para evitar problemas legales y retrasos en la aduana.
- **Logística y Transporte:** La gestión de la cadena de suministro, el transporte y la entrega de productos desde Estados Unidos a Colombia puede ser un desafío logístico y costoso.
- **Barreras Culturales y de Idioma:** Las diferencias culturales y de idioma pueden dificultar la comunicación con proveedores.
- **Competencia Local:** La competencia de marcas locales en Colombia puede ser intensa, lo que puede afectar la penetración del mercado y la demanda de los productos importados.
- **Cambios en las Tendencias y Gustos:** Las preferencias y tendencias de moda en Colombia pueden variar, lo que requiere una adaptación constante de los productos importados.
- **Requisitos de Etiquetado y Empaque:** Los productos importados deben cumplir con los requisitos de etiquetado y empaque en Colombia, lo que puede implicar cambios en el diseño y la información proporcionada.
- **Cambios en las Tasas de Cambio:** Las fluctuaciones en las tasas de cambio entre el dólar estadounidense y el peso colombiano pueden afectar los costos de importación y los precios de venta.

## **2.2.10 Competidores**

### **2.2.10.1 *Del país Elegido***

En el mercado de tiendas virtuales de ropa deportiva y juvenil en Estados Unidos, hay varios competidores destacados que han logrado establecerse y ganar una base sólida de clientes. Algunos de los principales competidores son: Footlocker, Stock X, Finish Line, Goat, Flight Club, Asos,

### **2.2.10.2 *Colombia***

En el mercado colombiano de tiendas virtuales de ropa deportiva y juvenil, también existen varios competidores que han establecido su presencia y atraen a un público similar. Algunos de los principales competidores en Colombia son Speed one, Blueberry, Mega Store, Lagrove, SG importaciones, Black Bunny.

## **2.2.11 Poder de Negociación de los Clientes y Proveedores**

### **2.2.11.1 *Clientes***

En el sector de venta de ropa al por menor, el poder de negociación de los clientes en Colombia puede ser moderado. Los clientes tienen acceso a una amplia gama de opciones de compra, lo que les otorga cierto poder para comparar precios y productos entre diferentes tiendas. Además, los clientes también pueden influir en las decisiones de compra por medio de comentarios en redes sociales. Sin embargo, la lealtad a una marca en particular y la experiencia de compra también influyen en el poder de negociación de los clientes. En general, las empresas necesitan mantener precios competitivos y ofrecer productos y servicios de calidad para atraer y retener a los clientes en el mercado minorista de ropa en Colombia.

### **2.2.11.2 *Proveedores***

En términos de proveedores de ropa al por menor en Colombia, el poder de negociación puede variar dependiendo de la escala y la popularidad de las marcas. Grandes marcas internacionales pueden tener un mayor poder de negociación debido a su tamaño y volumen de compras, lo que les permite negociar precios y condiciones favorables con los proveedores. Por otro lado, las pequeñas y medianas empresas pueden tener un poder de negociación más limitado, ya que dependen de un número más reducido de proveedores y tienen menos capacidad para imponer sus condiciones. Sin embargo, el crecimiento del comercio electrónico y la posibilidad de acceder a proveedores internacionales a través de internet han ampliado las opciones para los minoristas y podrían ayudar a reducir el poder de negociación de los proveedores en cierta medida.

## **2.2.12 Amenaza de Nuevos Productos Sustitutos**

En el sector de venta de ropa al por menor en Colombia, la amenaza de nuevos productos sustitutos puede considerarse moderada. Aunque la ropa es una necesidad básica y es poco probable que sea completamente reemplazada, existen alternativas como el alquiler de ropa, el intercambio de ropa usada y el mercado de ropa de segunda mano, que podrían afectar la demanda de ropa nueva al por menor. Además, la evolución de la moda y las tendencias también puede influir en las preferencias de los consumidores y en su

disposición a buscar productos sustitutos. Sin embargo, la venta de ropa al por menor en Colombia sigue siendo una opción popular y las tiendas pueden adaptarse a las tendencias y ofrecer productos únicos y atractivos para mantener su posición en el mercado.

### **3 Capítulo III. Análisis del Mercado**

#### **3.1 Objetivos de Mercadeo**

##### **3.1.1 Objetivo General**

Establecer y consolidar la posición de la tienda como líder en el mercado de venta de buzos y camisetas deportivas-casuales importadas en todo el país

###### **3.1.1.1 Corto Plazo**

Desarrollar una página web sólida y optimizada para ofrecer una experiencia de compra en línea fácil y segura.

###### **3.1.1.2 Mediano Plazo**

Ofrecer una amplia selección de camisetas y buzos con un catálogo de más de 400 prendas .

###### **3.1.1.3 Largo Plazo**

Mantener unas ventas sostenidas entre 30 y 40 millones de pesos mensuales

##### **3.1.2 Objetivos Específicos**

3.1.2.1 Fortalecer la presencia en línea de LCKR Colombia al brindar una experiencia de usuario excepcional, con el fin de convertir a la página web en una herramienta efectiva para impulsar ventas.

3.1.2.2 Incrementar la variedad del inventario de LCKR Colombia, enfocándose en incluir opciones exclusivas y novedosas en buzos y camisetas deportivas-casuales, para satisfacer y atraer a un segmento más amplio del mercado.

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

**Nivel socioeconómico o estrato social:** En Medellín, existe una distribución de estratos socioeconómicos, que van desde estrato 1 (baja capacidad adquisitiva) hasta estrato 6 (alta capacidad adquisitiva). (OpenAI, 2023) Los consumidores potenciales de LCKR Colombia se encuentran entre los estratos socioeconómicos del 2 al 6 ya que los domicilios se hacen a diferentes barrios como Bello, Manrique, Calasanz, el Poblado, Llano grande, etc.

**Género:** Los consumidores potenciales son los hombres más o menos en un 90% ya que la mayor parte del catálogo va dirigido a estos, y con un 10% restantes están las mujeres que le compran detalles a sus parejas, familia o productos del catálogo que son unisex.

**Edad:** El mercado abarca un rango amplio de edades, desde los 18 años, personas que ya tienen ingresos, hasta adultos de 50 años.

**Estado civil:** Los consumidores varían en este aspecto, pasando por todos los tipos posibles como solteros, casados, divorciados o en relaciones de pareja. Este factor puede influir en los patrones de compra y en la disposición a gastar en ropa como se mencionó anteriormente.

**Nivel de ingresos:** La capacidad de compra está relacionada con el nivel de ingresos de los consumidores. Medellín cuenta con una amplia gama de ingresos, desde salarios mínimos hasta ingresos más altos, lo que implica que los consumidores potenciales pueden tener diferentes presupuestos para destinar a la compra de ropa.

**Nivel de educación:** El nivel de educación puede influir en los criterios de compra de los consumidores, como la preferencia por marcas reconocidas, la apreciación de la calidad y el interés por las tendencias de moda.

**Criterios de compra:** Los consumidores potenciales en Medellín tienen diferentes criterios al momento de tomar decisiones de compra de ropa. Algunos factores clave son:

- **Precio:** El precio es un factor determinante en la toma de decisiones de compra. Los consumidores buscan prendas que se ajusten a su presupuesto.
- **Forma de pago:** Los consumidores tienen preferencias sobre los métodos de pago, como efectivo o contra entrega lo que les genera más confianza ya que pagan al recibir las prendas, tarjetas de crédito o transferencia .
- **Exclusividad :** A los clientes les gusta tener prendas que no se vean fácilmente en la calle
- **Calidad:** Los consumidores buscan prendas duraderas, de buena calidad y originales, que les brinden satisfacción a largo plazo.
- **Servicio:** Un buen servicio al cliente es valorado por los consumidores, como la atención personalizada, la disponibilidad de tallas y estilos, y la facilidad de devolución o cambio de prendas.
- **Frecuencia de compra:** Algunos clientes que ya se han fidelizado con la marca, compran con mayor frecuencia haciendo uso de la alternativa del plan separe, cuentan con el dinero para comprar mas seguido, les gusta renovar su closet, mientras que otros realizan compras con menos frecuencia ya sea porque son nuevos, la competencia, etc.
- **Hábitos de consumo:** Los consumidores tienen diferentes hábitos de consumo en relación con la moda. Algunos son compradores impulsivos, mientras que otros son más cautelosos y buscan ofertas a la hora de comprar. También un hábito muy común es que los clientes son más susceptibles a comprar cuando es quincena o cuando se lanza nueva mercancía

El mercado objetivo de LCKR Colombia se encuentra en la ciudad de Medellín y su área metropolitana, ubicadas en el departamento de Antioquia, Colombia.

“El área metropolitana de Medellín abarca varios municipios cercanos a la ciudad, Estos son: Caldas, La Estrella, Sabaneta, Envigado, Itagüí en el sur, Medellín en el centro del valle, Bello, Copacabana, Girardota y Barbosa en el norte” (Medellín Cómo Vamos, s.f.)

Dentro del área metropolitana, LCKR Colombia ha establecido su presencia en diferentes barrios y municipios, considerando la ubicación de los clientes potenciales y la accesibilidad para entregar a domicilio los productos. Cuando son por fuera de esta, ya se hace el envío con la empresa transportadora aliada a la empresa

La elección de Medellín y su área metropolitana como mercado objetivo para LCKR Colombia se debe a la población diversa, el crecimiento económico de la región y el interés por la moda y las tendencias.

### 3.3 Mercado Meta de los Bienes y Servicios

De acuerdo a la gráfica, las principales ciudades a las que se han vendido los productos entre julio del 2023 a julio del presente año, son Medellín, Cali, Bogotá y Cartagena con un total de 129, 72, 52 y 39 productos respectivamente.



o *Ilustración 6.* Principales ciudades donde se venden los productos de LCKR Colombia

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

### 3.4 Cuantificación del Cliente Potencial de Bienes y Servicios

De acuerdo a las proyecciones del DANE para 2023 con base en el censo de 2018, en Medellín, ciudad principal de las ventas de buzos y camisetas comercializados por LCKR Colombia, hay alrededor de 1'297.929 clientes potenciales

Tabla 4

Población de Medellín por edad y sexo en 2023

Edades	Mujeres	Hombres	Total
Menos de 12 años	172,538	179,199	351,737
12 a 17 años	98,423	100,982	199,405
18 a 24 años	145,353	147,492	292,845
25 a 29 años	120,673	121,957	242,630
30 a 34 años	113,998	113,971	227,969
35 a 39 años	102,811	97,822	200,633
40 a 44 años	96,216	84,672	180,888
45 a 49 años	84,357	68,607	152,964
50 a 54 años	85,637	66,136	151,773
55 a 59 años	90,029	67,197	157,226

*Nota.* Tomado de: DANE 2023

Para convertir a nuestros clientes potenciales en clientes reales, en LCKR Colombia nos enfocamos en tres criterios fundamentales en nuestra organización:

**Presencia en Redes Sociales:** Nuestras redes sociales son un canal crucial para mostrar nuestros productos y comunicar sus beneficios. Utilizamos estas plataformas para presentar nuestros productos, cómo se pueden utilizar en la vida cotidiana y los beneficios que brindan a quienes los adquieren. A través de contenido atractivo y útil, buscamos despertar el interés de nuestros seguidores y convertirlos en clientes.

**Comunicación efectiva:** Consideramos que una comunicación clara y efectiva es esencial para iniciar y cerrar una venta con éxito. Nos aseguramos de establecer un diálogo transparente y satisfactorio con nuestros clientes, donde tanto ellos como nosotros entendemos claramente los detalles de la transacción. La comunicación fluida y confiable es la clave para establecer relaciones sólidas con nuestros clientes.

### 3.5 Mercado Competidor

Para LCKR Colombia, conocer a la competencia es clave. Aquí presentamos un vistazo rápido a cinco tiendas que compiten con nosotros en el mercado de moda deportiva y casual. Analizamos desde su presencia en línea y productos hasta sus precios y estrategias. A continuación, detallamos cada competidor.

Tabla 5

Mercado competidor de LCKR Colombia

Razón social	Página web	Productos o servicios	Participación porcentual en el mercado	Precios de referencia de venta	Fortalezas y debilidades	Estrategias de promoción, comunicación y ventas	Canales de distribución
Black Bunny Shop	<a href="https://www.instagram.com/blackbunnysshop/">https://www.instagram.com/blackbunnysshop/</a>	Gorras, camisetas, conjuntos, sudaderas, accesorios		Precios muy superiores a los de LCKR Colombia	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Vende prendas hype de marcas como Supreme, Essentials. Billionaire Boys Club, Drew</li> <li>-Tienen un catálogo bastante grande</li> <li>-Pertenece a un cluster de tiendas de ropa, entonces tienen un mayor apalancamiento</li> <li>-En cuanto a las debilidades tenemos que no hacen tanto descuento</li> <li>-Los domicilios no se hacen al instante, a veces se agendan para el siguiente día</li> <li>-El empaque de los productos es algo muy básico</li> </ul> No usan una plantilla para las respuestas generales	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Hacen publicidad en redes</li> <li>-Antes usaban influencers</li> <li>-Cuando traen alguna prenda que es muy exclusiva, le dan mayor valor en redes</li> </ul>	Tienda virtual (Instagram)
Lagrove	<a href="https://www.instagram.com/lagrove/">https://www.instagram.com/lagrove/</a>	Camisetas, buzos, gorras, pantalonetas		Más caros pero no tanto como los de Black Bunny Shop	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Manejan prendas exclusivas</li> <li>-No son tan constantes con las historias en Instagram y las publicaciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Patrocinan a artistas emergentes</li> <li>-Usan modelos para las fotos de redes</li> </ul>	Tienda virtual (Instagram)
Restock	<a href="https://www.instagram.com/restock.co/">https://www.instagram.com/restock.co/</a>	Tenis, camisetas, gorras, chancas, accesorios, busos		Está en un intermedio entre Black Bunny Shop y Lagrove, también se debe a que vende marcas mas hype	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Al igual que Black Bunny, venden prendas hype de marcas como Supreme, Drew</li> <li>-Son muy activos en las historias</li> <li>-No son tan constantes las publicaciones</li> <li>-Algunas prendas no son en tallas grandes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hacen uso de diferentes redes sociales para promocionar los productos que están en tendencia como TikTok</li> </ul>	Tienda virtual (Instagram)
SG importaciones	<a href="https://www.instagram.com/sgimportaciones/">https://www.instagram.com/sgimportaciones/</a>	Tenis, medias, balones, gorras, camisetas		Precios muy similares a los de LCKR Colombia	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Son activos en Instagram tanto en historias como en publicaciones</li> <li>-El catálogo de Drive le hace falta cargarle el contenido ya que hay carpetas sin imágenes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Son muy enfocados en el Basketball, tienen un lugar para ir a jugar en el almacén</li> </ul>	Tienda virtual (Instagram) y tienda física
Blueberry	<a href="https://www.instagram.com/blueberry_medellin/">https://www.instagram.com/blueberry_medellin/</a>	Gorras, camisetas, tenis, pantalonetas, relojes, chancas, bolsos		Precios mas económicos que LCKR Colombia y por consiguiente a las demas marcas mencionadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>-La cuenta de Instagram es la que mas seguidores tiene de las 5 tiendas analizadas</li> <li>-También cuenta con tienda física</li> <li>-El Instagram se usa muy poco</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Usan modelos para las fotos de redes</li> </ul>	Tienda virtual (Instagram) y tienda física y WhatsApp

Nota. Fuente: Elaboración propia

### 3.6 Mercado Distribuidor

Cuando los envíos son nacionales, se despachan por medio de Interrapidísimo. Desde la creación de la empresa, LCKR Colombia trabaja de la mano con estos transportadores y hasta el momento no se ha tenido ningún inconveniente ni con el dinero cuando se paga contra entrega ni con las prendas

#### 3.6.1 Distribución Directa

La distribución o envío de las prendas se realiza con un domiciliario propio, se tiene un contrato con un domiciliario el cual se encarga de realizar dos rutas por día a los diferentes sectores de la ciudad y el área metropolitana. También se puede dar el caso de que alguien realice la compra en un horario fuera del laboral y si la persona lo requiere con urgencia, se hace llegar el mismo día. Los costos de estos domicilios son de 15.000 por cada uno. Normalmente los domiciliarios cobran 10.000 pero se les da esa compensación para mantener esa fidelidad con ellos, prestar un mejor servicio y cumplir con la promesa de venta de entregar el mismo día dentro de la ciudad y el área metropolitana

#### 3.6.2 Distribución a través de Terceros

LCKR no realiza este tipo de distribución

### 3.7 Comunicación y Actividades de Promoción y Divulgación

#### 3.7.1 Comunicación

- Defina el logo de la empresa



- Defina el slogan de la empresa: "Global Trends, Local Vibes.",
- Defina nombre comercial de los productos: Camisetas, buzos
- Las prendas van empacadas en bolsas biodegradables

### 3.7.2 Actividades de Promoción y Divulgación

**Objetivo:** Aumentar el reconocimiento de la marca y generar más ventas de prendas deportivas-casuales importadas

**Duración:** 1 mes

**Presupuesto mensual:** \$200.000

**Estrategias clave:**

- Aumentar el reconocimiento de la marca y generar un incremento del 15% en las ventas durante el mes de la campaña.
- Segmentación de audiencia: Dirigirse a personas entre los 18 y 50 años interesados en el deporte y la moda en Medellín, el área metropolitana y el resto del país .
- Crear anuncios visualmente atractivos y de alta calidad que muestren las prendas disponibles en LCKR Colombia. Utilizando imágenes y videos que muestran el estilo y la calidad de los productos.
- Utilizar diferentes formatos de anuncios, como historias, publicaciones en el feed y anuncios de carrusel, para mostrar una amplia variedad de productos y estilos de moda.
- Lanzar la campaña los miércoles de moda, promocionando nuevas colecciones para generar expectativa y aumentar la participación de la audiencia.
- Realizar un seguimiento regular de los resultados de los anuncios, analizando métricas como alcance, interacción y conversiones. Ajustar la estrategia y el presupuesto en función de los resultados obtenidos para maximizar el rendimiento de la campaña.

### 3.8 Plan de Ventas

- **Plan de ventas mensual:** Actualmente, LCKR Colombia vende en promedio entre 1 y 2 prendas diarias, esto representa para la empresa alrededor de 5'000.000 mensuales.

- **Proyección de la demanda (3 años):** LCKR Colombia, lleva 4 años en el mercado, haciendo un recuento de las ventas en los últimos 3 años se tiene lo siguiente:

En 2020, en promedio mensualmente, se registraron ventas de 10 a 12 millones de pesos, y en temporada alta como diciembre del mismo año se vendió aproximadamente 15 a 20 millones, a pesar de la pandemia, se aumentaron las ventas por medios virtuales y también las personas empezaron a hacer más deporte

El 2021 ha sido el mejor año en ventas, ya que la marca estaba cogiendo más fama y tenían una persona fija en Estados Unidos que se encargaba de hacer las compras y despachos de una manera más ágil. Mensualmente se vendían entre 30 y 40 millones y en diciembre se encuentra el mes histórico con mayor valor de ventas por 70 millones

Durante el primer trimestre de 2022, la situación se asemejó mucho a la del 2021. Sin embargo, con el retorno a la presencialidad, la tienda pasó por una reestructuración. Esta situación ocasionó demoras en la entrega de paquetes, ya que no se disponía de la persona encargada. Como

resultado, la tienda se vio en la necesidad de efectuar compras virtuales o incluso viajar a Estados Unidos para abastecerse. Las ventas disminuyeron, a aproximadamente 5 millones, y para diciembre descendieron a 15 millones.

En el presente año, 2023, el primer trimestre tuvo un comportamiento similar al 2022, en abril con un viaje que se hizo a Estados Unidos para retomar la opción de encargos y traer mas surtido se reactivaron las ventas

Proyección de Inremento del ventas a 3 años del 30%		10%	10%	10%		
Mes	Valor	Peso por mes	2024	2025	2026	Total 3 años
abril	7.850.000	10,26%	8.635.000	9.498.500	10.448.350	28.581.850
agosto	5.435.000	7,10%	5.978.500	6.576.350	7.233.985	19.788.835
diciembre	15.710.000	20,52%	17.281.000	19.009.100	20.910.010	57.200.110
enero	4.010.000	5,24%	4.411.000	4.852.100	5.337.310	14.600.410
febrero	4.305.000	5,62%	4.735.500	5.209.050	5.729.955	15.674.505
julio	7.970.000	10,41%	8.767.000	9.643.700	10.608.070	29.018.770
junio	4.616.000	6,03%	5.077.600	5.585.360	6.143.896	16.806.856
marzo	4.735.000	6,19%	5.208.500	5.729.350	6.302.285	17.240.135
mayo	5.280.000	6,90%	5.808.000	6.388.800	7.027.680	19.224.480
noviembre	6.340.000	8,28%	6.974.000	7.671.400	8.438.540	23.083.940
octubre	4.340.000	5,67%	4.774.000	5.251.400	5.776.540	15.801.940
septiembre	5.955.000	7,78%	6.550.500	7.205.550	7.926.105	21.682.155
<b>Suma total</b>	<b>76.546.000</b>	<b>100,00%</b>	<b>84.200.600</b>	<b>92.620.660</b>	<b>101.882.726</b>	<b>278.703.986</b>

o *Ilustración 7. Proyección a 3 años de LCKR Colombia*

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

“Hasta 2026, el ecommerce de moda se disparará un 47,8%, hasta 742.365 millones de dólares. Según los últimos datos de la consultora, el conjunto del sector facturará 1,94 billones de dólares en 2025, un año antes” (Gestal, 2022)

Aplicando la tasa de crecimiento prevista para el próximo lustro, en 2026 se llegaría a 1,97 millones de dólares, por lo que el ecommerce aportaría alrededor de un 37,6% de la facturación total.

Buena parte del incremento del comercio online se debe al aumento de la penetración registrada en los años del Covid-19: pese a la reapertura de las tiendas físicas, su cierre temporal sirvió para cambiar hábitos y que muchos consumidores compraran por primera vez online. (Gestal, 2022)

La proyección de ventas que tiene LCKR colombia es retomar ventas similares o superiores a las obtenidas en el 2021, para ello están trabajando en estrategias como hacer mas pautas en redes sociales, hacer mínimo un viaje por semestre a Estados Unidos para surtir el catálogo, retomar los encargos una vez por semana y conseguir una persona fija en Estados Unidos para facilitar los procesos de compra y envíos

### 3.8.1 Encuesta

Para los datos mencionados anteriormente, se hizo un recuento histórico de las ventas de LCKR Colombia y fueron tomados unos datos de un informe presentado por la página Modaes

**Estudio de Mercado - LCKR Colombia****Género:**

Masculino

Femenino

Prefiero no decirlo

**¿En qué rango de edad te encuentras?**

Menos de 18 años

18-24 años

25-34 años

35-44 años

45-54 años

55-64 años

65 años o más

**¿Con qué frecuencia compras ropa en línea?**

Regularmente (una vez al mes o más)

Ocasionalmente (cada 2-3 meses)

Raramente (2-3 veces al año)

Nunca

**¿Qué tipo de prendas de vestir sueles comprar en línea? (Selecciona todas las que apliquen)**

Ropa deportiva

Ropa casual

Ropa de trabajo/formal

Ropa interior

Accesorios (gorras, bufandas, etc.)

Calzado

Otro: [Especifica]

**¿Cuál es el factor más importante para ti al elegir una tienda en línea para comprar ropa?**

Variedad de productos

Calidad de los productos

Precios competitivos

Envío rápido y confiable

Buena atención al cliente

Opiniones y reseñas de otros compradores

Promociones y descuentos

Otro: [Especifica]

**¿Qué te motiva a realizar compras repetidas en una tienda en línea de ropa?**

Calidad constante de los productos

Programa de fidelización con recompensas

Precios atractivos y descuentos para clientes habituales  
Experiencia de compra en línea sin problemas  
Variedad y novedad en productos  
Otro: [Especifica]

**¿Sueles seguir a marcas de ropa en redes sociales?**

Sí, regularmente  
A veces  
No

**¿Qué tipo de contenido en redes sociales te interesa más cuando sigues a una marca de ropa?  
(Selecciona todas las que apliquen)**

Fotos de productos  
Videos de productos en uso  
Ofertas y descuentos exclusivos  
Consejos de estilo y moda  
Historias de la marca y su proceso de diseño  
Otro: [Especifica]

**En su experiencia con LCKR Colombia, ¿cómo calificaría los precios pagados por las prendas en relación a la calidad de estos?**

Excelente relación calidad-precio.  
Precios justos y acordes a la calidad.  
Los precios son altos para la calidad ofrecida.  
Los precios son bajos, considerando la calidad y diseño.  
No estoy seguro

**¿Cuál es tu marca de ropa deportiva favorita, si tienes alguna?**

Nike  
Adidas  
Under Armour  
Puma  
Otra: [Especifica]  
No tengo una marca favorita

¡Gracias por participar en nuestra encuesta! Tu opinión es muy valiosa para nosotros y nos ayudará a ofrecer productos y experiencias que se adapten a tus necesidades y preferencias.

## 4 Capítulo IV. Análisis de Comercio Internacional

### 4.1 Tratados Comerciales

El TLC entre Colombia y Estados Unidos, entró en vigencia el 15 de mayo de 2012. Así lo establecieron los presidentes de Colombia, Juan Manuel Santos, y de EE.UU., Barack Obama, durante la pasada Cumbre de las Américas, en Cartagena, donde se llevó a cabo el correspondiente canje de notas entre los dos gobiernos. (MINCIT, s.f.)

Este tratado es importante para Colombia por lo siguiente:

- Le permite a los empresarios colombianos colocar sus productos en condiciones preferenciales permanentes en el mercado más grande del mundo: EE.UU. tiene cerca de 314 millones de consumidores, un producto interno superior a los USD 15 billones, y un PIB per cápita de USD 49.802 dólares. (Datos de 2012)
- EE.UU. es el principal socio comercial de Colombia y el incremento del comercio bilateral generará más empleo y mayores ingresos.
- Países similares al nuestro, como Chile, México, Perú y los centroamericanos, ya han firmado tratados con EE.UU.
- Se debe buscar que cada vez más productos colombianos tengan acceso permanente y sin barreras a mercados de países industrializados como Estados Unidos, lo que generará más empleo y bienestar a la población. (MINCIT, s.f.)

Con la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, uno de los sectores con mayores oportunidades es el sector de prendas de vestir.

PROCOLOMBIA tiene identificadas oportunidades de negocio en subsectores como ropa deportiva, de control, para la playa, interior, formal y causal, así como para uniformes, jeans, activewear, joyería, vestidos de baño, calzado y textiles, entre otros, que con el TLC tienen acceso inmediato con arancel cero a Estados Unidos, siempre y cuando cumplan con las normas de origen exigidas. (PROCOLOMBIA, s.f.)

### 4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios

Tabla 6

Posición arancelarias de los productos vendidos por LCKR  
Colombia

Producto	Posición Arancelaria	Arancel	IVA
Camisetas	6109.10.00.00	0% TLC USA	19%
Buzos	6102.20.00.00	0% TLC USA	19%

Nota. Fuente: Legiscomex

### 4.3 Requisitos y Vistos Buenos

Tabla 7

Requisitos y vistos buenos de buzos y camisetas

Producto	Requisitos	Observación	Norma
<b>Camisetas</b>	Descripción mínima, Capítulos 50 a 63, Capítulos 61 y 62	Producto: Ejemplo: pantalón, saco, camisa, vestido, blusa, etc. Composición porcentual: Ejemplo: 70% poliéster y 30% algodón, etc. Composición porcentual del forro: Si aplica. Tipo de tejido: Ejemplo: de punto, plano, etc. Talla y sexo: Ejemplo: Masculino (Talla L), femenino (Talla S), unisexo (Talla Única), bebé, etc. Marca: Si tiene. Referencia: Si tiene.	Resolución Conjunta Número 57 De 2015, Ministerio De Comercio, Industria Y Turismo — Dirección De Impuestos Y Aduanas Nacionales Artículo 1º, Capítulos 50 A 63
	Etiquetado	Opcional	
	Inscripción Registro de fabricantes e importadores de SIC	Opcional	
<b>Buzos</b>	Descripción mínima, Capítulos 50 a 63, Capítulos 61 y 62	Producto: Ejemplo: pantalón, saco, camisa, vestido, blusa, etc. Composición porcentual: Ejemplo: 70% poliéster y 30% algodón, etc. Composición porcentual del forro: Si aplica. Tipo de tejido: Ejemplo: de punto, plano, etc. Talla y sexo: Ejemplo: Masculino (Talla L), femenino (Talla S), unisexo (Talla Única), bebé, etc. Marca: Si tiene. Referencia: Si tiene.	Resolución Conjunta Número 57 De 2015, Ministerio De Comercio, Industria Y Turismo — Dirección De Impuestos Y Aduanas Nacionales Artículo 1º, Capítulos 50 A 63
	Etiquetado	Opcional	

	Inscripción Registro de fabricantes e importadores de SIC	Opcional	
--	---	----------	--

*Nota.* Fuente: Legiscomex

#### 4.4 Capacidad Exportadora/Capacidad Importadora

Dado que empresas como Nike, Footlocker, Champions y otras operan a gran escala y son nuestros proveedores directos. Nike reportó un aumento del 14% en sus ventas trimestrales y elevó su objetivo de crecimiento de ingresos, logrando avances en la reducción del exceso de inventario que afectó a la empresa el año pasado. Así, la empresa de moda deportiva terminó febrero con \$8,900 millones de dólares en el inventario, un poco menos que los \$9,300 millones que tenía a finales de noviembre. La capacidad que nos puede ofrecer Nike es de 2000 dólares para compras por medio de su pagina web (GBM, 2023).

#### 4.5 Participación en Ferias Especializadas

Complexcon: es una feria que se realiza en California, Estados Unidos. es una convergencia de la cultura pop, el arte y la música. donde se puede conocer a las marcas y artistas más influyentes del mundo en un fin de semana inolvidable de estilo, zapatillas, diseño, comida, inspiración y mucho más. (Complexcon, 2023)

Para asistir el fin de semana a esta feria, tendríamos el siguiente presupuesto:

##### **Viáticos (Vuelo):**

Medellín - Bogotá - Long Beach (ida y vuelta): 4'600.000.

##### **Hospedaje:**

Hotel cerca del lugar del evento: 300.000 por noche.

##### **Alimentación:**

Para tres comidas diarias, 150.000 al día.

**Entrada a ComplexCon:** la entrada VIP para ambos días tiene un valor de 2'800.000

**Material de promoción:** Estimado para folletos, tarjetas y merchandising básico: 2'000.000

**Otros:** para imprevistos: 1'000.000

#### 4.6 Rutas de Acceso

Nuestra mercancía se despacha desde Miami y, tras ser embarcada hacia Colombia, su primer punto de llegada es la ciudad de Bogotá. Una vez culmina el proceso aduanero en la capital, estos

productos son enviados a Medellín, donde se realiza la distribución final. Toda la gestión y trámite de importación, desde el inicio hasta su arribo a Bogotá, está bajo la experta supervisión de la empresa Xoom Cargo. Para garantizar la seguridad y eficiencia en el transporte interno, específicamente de Bogotá a Medellín, nos apoyamos en los servicios profesionales de la compañía Coordinadora.

## **4.7 Liquidación de Precios**

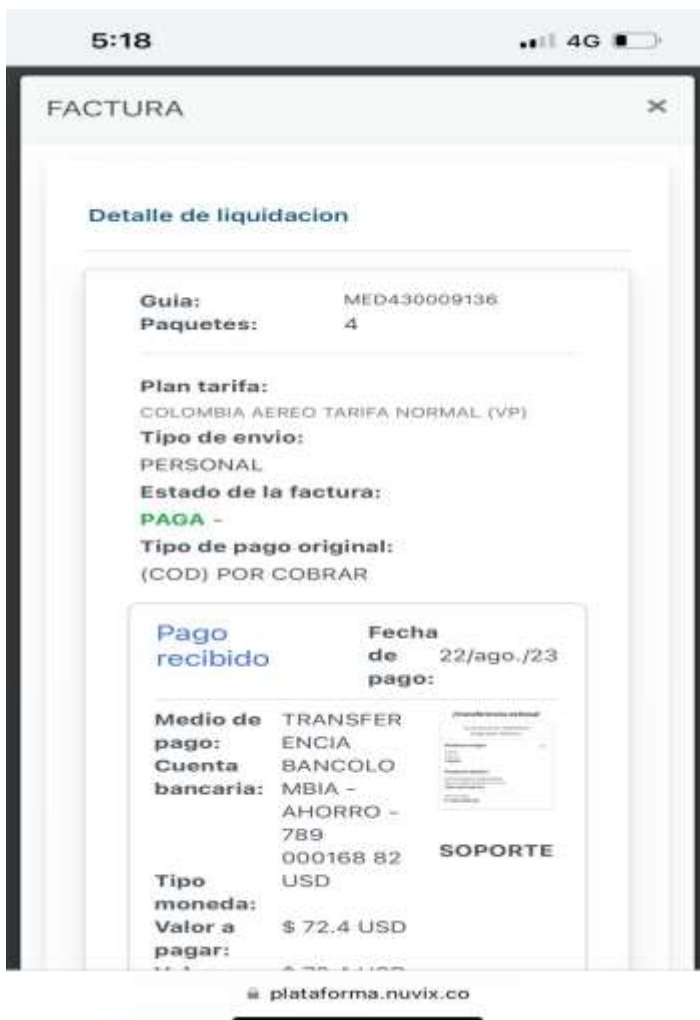
LCKR Colombia unicamente se dedica al proceso de importación utilizando el Incoterm DDP

### **4.7.1 Si es Importador**

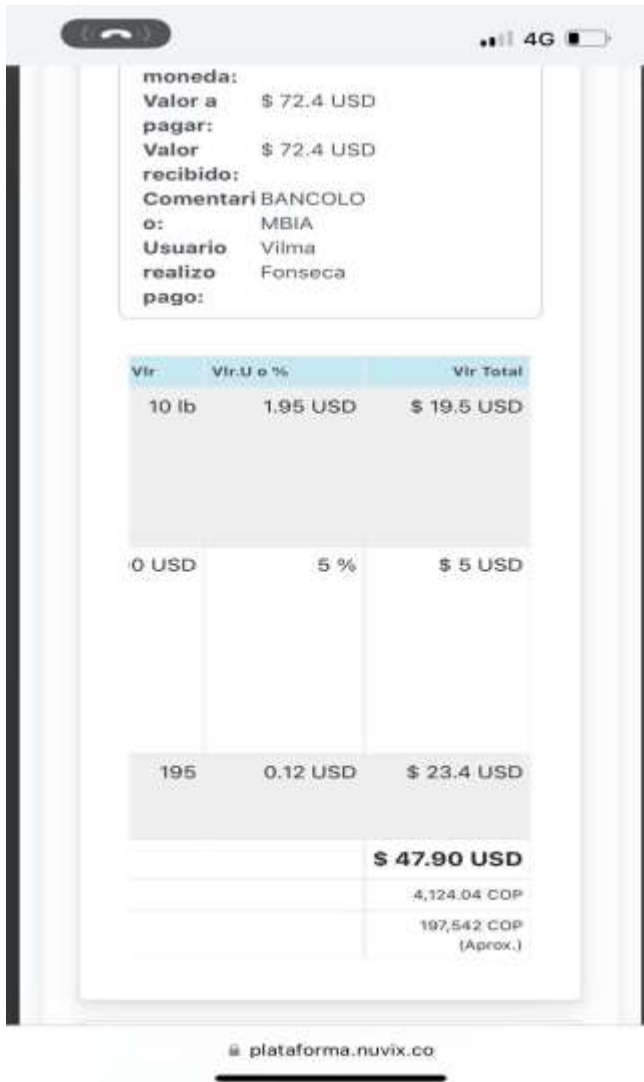
Las prendas se agrupan en cajas de manera que el valor total de cada caja no supere los 200 dólares, en cumplimiento con las regulaciones establecidas. En promedio, se importan alrededor de 3 a 4 cajas por semana. Estas cajas son enviadas por vía aérea y el tiempo estimado de entrega es de aproximadamente 12 días hábiles.

En las siguientes imágenes, se presenta un desglose del costo del transporte internacional, comenzando desde EXW Miami y llegando al incoterm DDP Medellín. El valor EXW de la caja con las prendas es de 200 dólares. A este punto se añaden los costos del flete internacional, que ascienden a 19.5 dólares, lo que nos lleva al incoterm CPT. Además, se incluye el seguro, que representa el 5% del valor, equivalente a 5 dólares, lo que nos coloca en el incoterm CIP. Finalmente, sumando los costos de los trámites y el manejo nacional, que ascienden a 23.4 dólares, alcanzamos el valor DDP Medellín de 247.9 dólares. Este monto, en pesos colombianos, equivale a 1'017.000 calculado con la TRM correspondiente a 4102 pesos.

-



*Ilustración 8.* Factura transporte internacional  
 Nota. Fuente: Xoom Cargo



*Ilustración 9. Factura transporte internacional*

*Nota.* Fuente: Xoom Cargo

## 5 Capítulo V. Análisis Técnico

### 5.1 Descripción del Proceso de Producción

Como LCKR Colombia no fabrica las prendas que comercializa, su proceso de producción se enfoca en la importación y distribución de buzos, camisetas deportivas y casuales. A continuación, se presenta una descripción general de este proceso:

#### 5.1.1 Búsqueda y Selección de Ropa en Línea:

Utilizamos plataformas en línea y sitios web de las diferentes marcas para explorar una amplia gama de opciones de ropa.

El equipo de compras analiza las tendencias actuales, y la demanda del mercado colombiano para seleccionar las prendas más atractivas.

**5.1.2 Proceso de Importación con Xoom Cargo:**

Nos asociamos con Xoom Cargo para gestionar los aspectos logísticos y aduaneros de la importación de la ropa desde Estados Unidos.

Xoom Cargo se encarga del transporte y envío de las prendas hasta la residencia en Medellín del cliente, garantizando una entrega segura y eficiente.

**5.1.3 Recepción y Verificación de la mercancía:**

Realizamos una inspección de cada prenda al recibirla, asegurando que cumpla con los estándares de calidad.

Cualquier artículo que no cumpla con nuestras especificaciones es descartado o devuelto según sea necesario.

**5.1.4 Inventario y Almacenamiento de Ropa:**

Registramos y catalogamos todas las prendas en nuestro sistema de inventario para facilitar un seguimiento preciso.

Almacenamos la ropa de manera ordenada y segura, preparada para su distribución.

**5.1.5 Creación de Contenido de Moda y Marketing:**

Desarrollamos contenido visual atractivo que resalte las características únicas de cada prenda.

Creamos estrategias de marketing y campañas publicitarias para promocionar la nueva colección en nuestras redes sociales

**5.1.6 Recepción y Procesamiento de Pedidos:**

A medida que se lanza la colección, comenzamos a recibir pedidos de ropa a través de nuestras redes sociales.

Nuestro equipo de ventas y atención al cliente procesa cada pedido y brinda asistencia durante todo el proceso de compra.

**5.1.7 Distribución y Entrega de Ropa:**

Coordinamos la entrega de las prendas a nuestros clientes en Medellín y el área metropolitana a través de servicios de mensajería y envío confiables.

Garantizamos la entrega oportuna, segura y en perfecto estado de cada pedido.

**5.2 Capacidad de Producción**

Dado que LCKR Colombia no fabrica los productos, su capacidad de producción se basa en la demanda del mercado y en la disponibilidad de productos por parte de los proveedores. La capacidad de producción está relacionada con la cantidad de productos disponibles para la importación y comercialización.

### 5.3 Plan de Producción

El plan de producción de LCKR Colombia se ajusta a la disponibilidad de productos importados y a la demanda del mercado. No existe una producción interna, por lo que el enfoque está en la adquisición de productos atractivos y su posterior venta.

### 5.4 Recursos materiales y humanos para la producción

#### 5.4.1 Locaciones

Nuestra base de operaciones es virtual y está ubicada en la Ciudad de Medellín.

Desde Medellín se gestiona la recepción de la mercancía, su revisión y el registro del sistema de inventario en línea.

Utilizamos herramientas digitales para organizar y catalogar las prendas, facilitando la futura distribución.

#### 5.4.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres

Dentro de la estructura operativa de nuestro negocio, es fundamental identificar los recursos que contribuyen a su correcto funcionamiento y productividad. A continuación, se presenta una tabla que detalla cada elemento de maquinaria y equipo, así como su función específica en nuestra organización:

Descripción	Cantidad	Destinación	Valor unitario	Valor total
Computadores	2	Tareas administrativas, como inventario, pedidos y atención al cliente en línea y el otro para el área contable.	1.600.000	3.200.000
Celular	1	Manejo de redes sociales o operar diariamente	800.000	800.000
Bodega	1	Almacenar el inventario	53.000.000	53.000.000
Escritorio	2	ubicar los computadores	400.000	800.000
Silla	2	El personal puede sentarse cómodamente	600.000	1.200.000

*Ilustración 10. Maquinaria, equipos, muebles y enseres*

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

### **5.4.3 Requerimientos de materias primas e insumos**

Las prendas se compran dos veces por semana, los martes se hacen compras en Estados Unidos y los viernes en Colombia. Esto depende del stock con el que cuente la tienda.

### **5.4.4 Requerimientos de servicios**

Nuestro equipo en línea está altamente comprometido en brindar un servicio excepcional a través de plataformas digitales.

El enfoque en la atención al cliente en línea es esencial para lograr el cumplimiento exitoso de nuestros objetivos.

Trabajamos en equipo para desarrollar habilidades en atención y distribución que benefician tanto a la empresa como a nuestros clientes.

### **5.4.5 Requerimientos de personal**

Dos personas son el núcleo central de nuestras operaciones, supervisando todas las actividades. Los cargos de estas dos personas son: el especialista en ventas, compras y marketing (comercio electrónico) y el otro es el analista de ventas y contabilidad

También, hay dos personas extra que integran el equipo, uno es el fotógrafo y la otra persona es el encargado de la distribución de los pedidos.

## 6 Capítulo VI. Análisis Administrativo

### 6.1 Estructura Organizacional del negocio

LCKR Colombia tiene las siguientes áreas con sus respectivas funciones:

#### **Ventas y marketing:**

- Responsable de atender consultas de clientes, brindar asesoramiento y procesar pedidos.
- Administra las redes sociales, desarrolla estrategias de marketing y crea contenido para promocionar la marca y los productos.
- Gestiona las operaciones diarias de la tienda virtual.
- Surtir semanalmente tanto en USA como en Colombia las prendas ir actualizando el catálogo

#### **Contabilidad**

- Llevar la contabilidad de la tienda y presentar semanalmente y al finalizar el mes, un estado de resultados

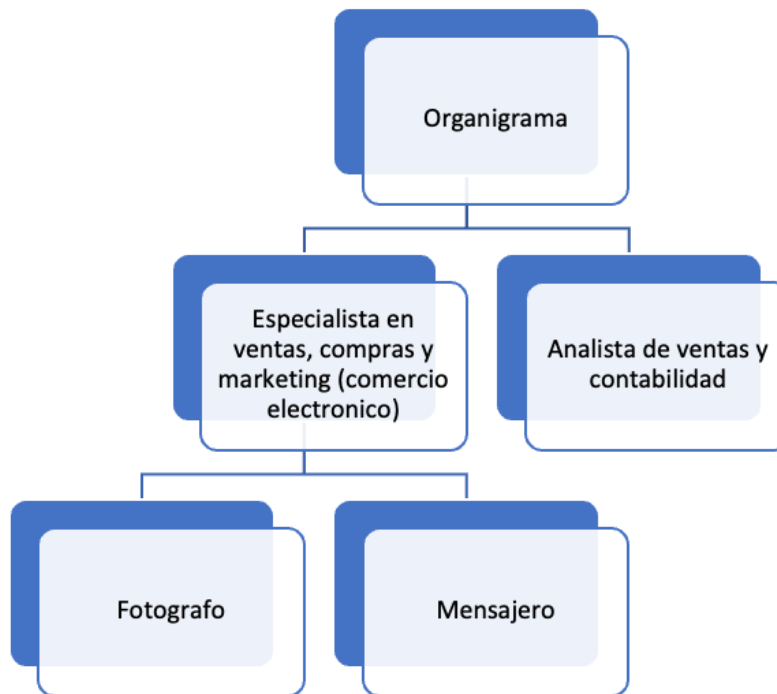
#### **Comunicación**

- Tomar las fotos de los productos de la tienda para mostrarlos de manera atractiva y profesional.
- Colaborar con el equipo de marketing para asegurarse de que las imágenes cumplan con los requisitos para las campañas publicitarias y promociones.
- Mantener un archivo organizado de las imágenes tomadas para facilitar su uso futuro.
- Proponer nuevas ideas para mejorar la presentación de los productos en redes sociales

#### **Logística y distribución**

- Coordinar las rutas de entrega y asegurarse de que se cumplan los plazos de entrega establecidos.
- Entregar los productos a los clientes de manera puntual y amable, garantizando una experiencia de entrega satisfactoria.
- Gestionar el inventario de productos entregados y retirar del catálogo las prendas que han sido vendidas
- Realiza seguimiento de los pedidos y resuelve problemas relacionados con la entrega.

### 6.1.1 Organigrama



*Ilustración 11. Organigrama LCKR Colombia*

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

### 6.1.2 Costo del personal y procesos administrativos tercerizados

El costo del personal varía dependiendo de las actividades que se realicen previamente acordadas.

El especialista en ventas y marketing tiene un salario mínimo y trabaja 48 horas semanales

El analista en ventas y contabilidad gana medio salario mínimo ya que sus actividades no requieren de un horario fijo

El fotógrafo recibe una remuneración de 200.000 por sesión de fotos

Al domiciliario se le paga 15.000 por cada domicilio dentro del área metropolitana

## **7 Capítulo VII. Análisis legal**

### **7.1 Tipo de Organización Empresarial**

LCKR Colombia es una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), la cual es una forma de sociedad que permite la creación y operación de una empresa con mayor flexibilidad y menor complejidad administrativa en comparación con otros tipos de sociedades.

### **7.2 Certificaciones y Gestiones con Entidades Públicas**

- Registro de Industria y Comercio: Solicitud de registro de marca (primera o única clase) 1.116.500, por ser una micro empresa, obtiene un descuento del 28% y queda en 803.880
- Licencia de Funcionamiento: No tiene costo. La licencia de funcionamiento es de vigencia indeterminada.
- Licencia de Bomberos: no tiene costo, se actualiza cada año.
- RUT: No tiene ningún costo, el trámite es completamente gratuito, así como el formulario requerido para ello.

Las compañías S.A.S deben cumplir con las siguientes obligaciones tributarias:

- • Impuesto sobre la renta: Corresponde al 35% de la renta y se paga anual.
- • IVA.
- • Industria y Comercio: correspondiente a cada periodo gravable, se liquida con base en las UVT obtenidas durante el año gravable y se multiplica por 0.7154

## **8 Capítulo VIII. Análisis Financiero**

### **8.1 Tasas de Interés, Impuesto y Tasa de Rentabilidad**

#### **Tasa de rentabilidad de su industria**

De acuerdo con lo establecido en el inciso primero del artículo 240 del Estatuto Tributario, modificado por el artículo 10 de la Ley 2277 de 2022, reforma tributaria, la tarifa general del impuesto de renta para el año gravable 2023 para personas jurídicas será del 35 %.  
(Actualícese, 2023)

El % de margen de contribución sobre costo unitario varía dependiendo de la prenda ya que en ocasiones se consiguen a un precio muy por debajo del comercial, entonces a estas se les gana mas, como hay otras que no hay tanta ganancia debido a que se compran a un precio sin descuento. Por lo general el margen de ganancia está entre el 50% y 70%

#### **8.2 Aportes de Capital de los Socios**

El capital inicial aportado por el unico socio fue de 6'500.000, compuesto por 1000 acciones a un costo unitario de 6500

#### **8.3 Créditos y Préstamos Bancarios**

- Relacione nombre de la entidad financiera: Bancolombia
- Monto total del préstamo para el proyecto: 5'000.000
- Tasa de interés y plazo: 2.0%, a 16 meses
- Resumen de la tabla de amortización.

Préstamo	
Valor préstamo	\$ 5.000.000
Interes mensual	2%
Meses	16
Abono Capital	312.500

Tabla de amortización				
Período	Cuota	Interés (I)	Abono capital (K)	Saldo de K
0				\$ 5.000.000
1	\$ 412.500	\$ 100.000	\$ 312.500	\$ 4.687.500
2	\$ 406.250	\$ 93.750	\$ 312.500	\$ 4.375.000
3	\$ 400.000	\$ 87.500	\$ 312.500	\$ 4.062.500
4	\$ 393.750	\$ 81.250	\$ 312.500	\$ 3.750.000
5	\$ 387.500	\$ 75.000	\$ 312.500	\$ 3.437.500
6	\$ 381.250	\$ 68.750	\$ 312.500	\$ 3.125.000
7	\$ 375.000	\$ 62.500	\$ 312.500	\$ 2.812.500
8	\$ 368.750	\$ 56.250	\$ 312.500	\$ 2.500.000
9	\$ 362.500	\$ 50.000	\$ 312.500	\$ 2.187.500
10	\$ 356.250	\$ 43.750	\$ 312.500	\$ 1.875.000
11	\$ 350.000	\$ 37.500	\$ 312.500	\$ 1.562.500
12	\$ 343.750	\$ 31.250	\$ 312.500	\$ 1.250.000
13	\$ 337.500	\$ 25.000	\$ 312.500	\$ 937.500
14	\$ 331.250	\$ 18.750	\$ 312.500	\$ 625.000
15	\$ 325.000	\$ 12.500	\$ 312.500	\$ 312.500
16	\$ 318.750	\$ 6.250	\$ 312.500	\$ 0

*Ilustración 12. Amortización préstamo*

*Nota. Fuente: Elaboración propia*

## 8.4 Ingresos y Egresos

### 8.4.1 Ingresos

Los ingresos de LCKR Colombia provienen netamente de la venta de los buzos y camisetas

Proyección de incremento de ventas a 3 años del 30%			10%	10%	10%	
Mes	Valor	Peso por mes	2024	2025	2026	Total 3 años
abril	7.850.000	10,26%	8.635.000	9.498.500	10.448.350	28.581.850
agosto	5.435.000	7,10%	5.978.500	6.576.350	7.233.985	19.788.835
diciembre	15.710.000	20,52%	17.281.000	19.009.100	20.910.010	57.200.110
enero	4.010.000	5,24%	4.411.000	4.852.100	5.337.310	14.600.410
febrero	4.305.000	5,62%	4.735.500	5.209.050	5.729.955	15.674.505
julio	7.970.000	10,41%	8.767.000	9.643.700	10.608.070	29.018.770
junio	4.616.000	6,03%	5.077.600	5.585.360	6.143.896	16.806.856
marzo	4.735.000	6,19%	5.208.500	5.729.350	6.302.285	17.240.135
mayo	5.280.000	6,90%	5.808.000	6.388.800	7.027.680	19.224.480
noviembre	6.340.000	8,28%	6.974.000	7.671.400	8.438.540	23.083.940
octubre	4.340.000	5,67%	4.774.000	5.251.400	5.776.540	15.801.940
septiembre	5.955.000	7,78%	6.550.500	7.205.550	7.926.105	21.682.155
<b>Suma total</b>	<b>76.546.000</b>	<b>100,00%</b>	<b>84.200.600</b>	<b>92.620.660</b>	<b>101.882.726</b>	<b>278.703.986</b>

*Ilustración 13. Proyección a 3 años de LCKR Colombia*

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

Con base en el porcentaje de ventas mensuales durante julio de 2022 a julio del presente año, se espera que LCKR Colombia crezca a una tasa promedio del 10% anual

### 8.4.2 Egresos

Las salidas de dinero se derivan principalmente para compra de nueva mercancía, también se destina una parte para otros conceptos como salarios, plan de datos, dulces, etc

Tipo de costo	Descripción	Valor	Nota
Fijo	Plan de datos	38.000	
Fijo	Pago almacenamiento iCloud	3.900	
Fijo	Salario ventas y marketing	1.160.000	
Fijo	Salario Contabilidad	580.000	
Variable	Mercancía		Varia dependiendo de la cantidad comprada
Variable	Bolsas de empaque de 34x35	72.200	
Variable	Jolly Rancher caramelos	92.900	
Variable	Trululu	27.900	
Variable	Pauta en IG y FB	5.000	
Variable	Envío de USA a COL	160.000	Varia entre 40 y 50 dolares, depende de la TRM y del peso de la caja
Variable	Salario Fotógrafo	200.000	
Variable	Salario domiciliario	15.000	Depende de las prendas que se vendan
Variable	Caja para gorra	2.000	Depende de las gorras que se vendan
▼			
<b>Total CF</b>		<b>1.781.900</b>	
<b>TOTAL CV</b>		<b>575.000</b>	

*Ilustración 14. Egresos mensuales de LCKR Colombia*

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

#### 8.4.2.1 Inventarios

El inventario actual de LCKR Colombia de los buzos y camisetas suma un total de 20'350.000 representados en 96 prendas

Anexo A. Inventario

#### 8.4.2.2 Costos Fijos y Variables

##### o Costos fijos

Los costos fijo estan representados de la siguiente manera

Tipo de costo	Descripción	Valor	Nota
Fijo	Plan de datos	38.000	
Fijo	Pago almacenamiento iCloud	3.900	
Fijo	Salario ventas y	1.160.0	

	marketing	00	
Fijo	Salario Contabilidad	80.000	

<b>Total CF Mensual</b>	<b>\$1.281.900</b>
<b>TOTAL CV Mensual</b>	<b>\$575.000</b>

○ *Ilustración 15. Costos fijos mensuales de LCKR Colombia*

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

○ **Costos variables**

Los costos variables están representados principalmente por la compra de buzos, camisetas y las estrategias de marketing implementadas para la venta de estos productos

Tipo de costo	Descripción	Valor	Nota
Variable	Camisetas	65.000	15 en promedio mensual
Variable	Buzos	120.000	5 en promedio mensual
Variable	Bolsas de empaque de 34x35	72.200	
Variable	Jolly Rancher caramelos	92.900	
Variable	Trululu	27.900	
Variable	Pauta en IG y FB	5.000	
Variable	Envío de USA a COL	160.000	Varía entre 40 y 50 dolares, depende de la TRM y del peso de la caja
Variable	Salario Fotógrafo	200.000	
Variable	Salario domiciliario	15.000	Depende de las prendas que se vendan
Variable	Caja para gorra	2.000	Depende de las gorras que se vendan

<b>Total CF Mensual</b>	<b>\$1.281.900</b>
<b>TOTAL CV Mensual</b>	<b>\$575.000</b>

*Ilustración 16. Costos variables mensuales de LCKR Colombia*

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

### **8.4.3 Estados Financieros**

El Estado de Pérdidas y Ganancias de LCKR Colombia para el periodo del 1 de enero al 31 de diciembre de 2022 muestra un desempeño financiero sólido. Durante este período, la empresa registró ventas netas por un total de \$66,294 millones de pesos colombianos. Estos ingresos provienen principalmente de la venta de buzos y camisetas deportivas-casuales importadas.

Tras deducir el costo de ventas, que ascendió a \$49,573.2 millones de pesos colombianos, se obtuvo una utilidad bruta de \$16,720.8 millones de pesos colombianos, lo que indica un margen de ganancia saludable antes de considerar los gastos operativos.

LCKR Colombia incurrió en gastos operacionales de administración por \$960 mil pesos colombianos y gastos operacionales de ventas por \$502 mil pesos colombianos. Estos gastos están relacionados con las áreas de administración y ventas de la empresa.

La utilidad operacional, que resulta de deducir los gastos operacionales administrativos y de ventas de la utilidad bruta, alcanzó \$15,258 millones de pesos colombianos, lo que refleja la ganancia generada por las operaciones comerciales de la empresa.

La inversión financiera de la empresa se tradujo en gastos financieros por \$4,537.5 millones de pesos colombianos, lo que corresponde a los costos financieros asociados a la actividad empresarial de LCKR Colombia.

En última instancia, la utilidad neta, que es la ganancia final después de deducir los gastos financieros y antes de impuestos, alcanzó los \$10,720.5 millones de pesos colombianos.

Estos resultados indican un ejercicio financiero exitoso para LCKR Colombia en 2022, con una ganancia neta saludable.

#### **8.4.3.1 Estado de Pérdidas y Ganancias**

<b>LCKR Colombia</b>	
<b>Estado de pérdidas y ganancias</b>	
<b>del 01 de Enero de 2022 a 31 de Diciembre de 2022</b>	
<b>expresado en millones de pesos</b>	
Ventas netas	\$66.294.000
Costo de ventas	\$49.573.200
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$16.720.800</b>
Gastos operacionales de administración	\$960.000
Gastos operacionales de ventas	\$502.800
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$15.258.000</b>
Gastos financieros	\$4.537.500
Ingresos no operacionales	\$0
Gastos no operacionales	\$0
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$10.720.500</b>
Provision para impuestos	\$0
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$10.720.500</b>

○ *Ilustración 17. Estado de pérdidas y ganancias*

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

#### **8.4.3.2 Flujo de Caja y VPN**

Cálculos realizados en excel

El Costo de Capital Promedio Ponderado se calculó en base al Costo de la Deuda de la empresa que en este caso sería el 26,82% E.A. del crédito adquirido en Bancolombia y el Costo del Patrimonio y adicionalmente se le sumo el riesgo país de Colombia, tal como lo detallamos a continuación:

<b>Costo financiero individual de los pasivos y patrimonio</b>			
<b>Calculo del costo financiero</b>			
Costo financiero (KD)	Costo estimado de los intereses del prestamo bancario		26,82%
<b>Calculo del costo de capital</b>			
Rentabilidad del activo sin riesgo (RF)			11,7%
Valor del rendimiento (RM)			24,90%
Variación de rentabilidad de una activo (B)			0,75
Costo de patrimonio (Ke)	$R_f + (R_m - R_f) * B$		21,60%
<b>Calculo del costo de capital promedio ponderado</b>			
Tasa impositiva (t)			35%
Total deuda financiera (D)			\$ 5.000.000
Suma de los fondos propios (Capital)			\$ 3.677.880
Deuda mas fondos propios (v)			\$ 8.677.880
CCPP	$K_d * (D/V) * (1-t) + K_e * (E/V)$		19,20%
EMBI Colombia			3,17%
CCOO con riesgo Pais			22,37%

*Ilustración 18. Costo financiero de los pasivos y patrimonio*

*Nota. Fuente: Elaboración propia*

#### **8.4.4 Estados Financieros Proyectados y Análisis de Sensibilidad**

En este apartado, se presenta una proyección financiera a tres años para LCKR Colombia. Esta proyección se realizó considerando factores como las ventas, los costos, la inversión en activos y otros elementos clave que influyen en su salud económica.

Adicionalmente, se llevó a cabo un análisis de sensibilidad que evalúa tres escenarios distintos: pesimista, moderado y óptimo. Cada escenario representa una variación en las condiciones financieras, como el volumen de ventas, los costos operativos, etc. Estos escenarios permitirán comprender cómo la empresa podría responder a diferentes condiciones del mercado y cómo estos cambios impactarán en su rentabilidad y viabilidad.

##### **8.4.4.1 Análisis de Sensibilidad**

En el escenario pesimista un incremento del 4% en el volumen de las ventas generaría un valor actual neto de \$13.552.611,80, un payback de 11 meses y 15 días, y una TIR de 113%

En el escenario moderado,, un incremento del 10% de las ventas, generaría un VAN de \$14.469.759,95, un payback de 11 meses y 10 días, y una TIR del 119% suficiente para cubrir el costo de capital.

En el escenario óptimo, el incremento del 20% de las ventas generaría un VAN de \$15.593.625,42, un payback de 11 meses y 8 días y una TIR del 122% suficiente para cubrir el costo de capital.

		4%	10%	20%
	Valor actual	Pesimista	Moderado	Optimo
<b>Incremento anual esperado</b>	<b>\$ 10.838.300</b>	<b>\$ 11.271.832</b>	<b>\$ 11.922.130</b>	<b>\$ 13.005.960</b>
Inversión	-\$ 8.677.880	\$ 11.271.832	\$ 11.922.130	\$ 13.005.960
VNA	\$ 22.230.491,80	\$ 22.496.206,51	\$ 23.147.639,95	\$ 24.271.505,42
VAN	\$ 13.552.611,80	\$ 13.818.326,51	\$ 14.469.759,95	\$ 15.593.625,42
TIR	113%	116%	119%	122%
Payback descontado	11 meses y 15 días	11 meses y 13 días	11 meses y 10 días	11 meses y 8 días
<b>Periodo año</b>	<b>Flujo caja</b>	<b>Flujo descontado</b>		
0	-\$ 8.677.880		-\$ 8.677.880	
1	\$ 11.271.832	\$ 9.239.207	\$ 561.327	
2	\$ 11.922.130	\$ 8.010.031	\$ 8.571.357	
3	\$ 13.005.960	\$ 7.162.472	\$ 15.733.829	

*Ilustración 19. Análisis de sensibilidad*

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

## 8.5 Evaluación Financiera

Finalmente, se procede a realizar una profunda evaluación de la rentabilidad y viabilidad del proyecto LCKR Colombia. Esta evaluación se basa en tres indicadores financieros clave: el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Payback descontado. Estos indicadores proporcionan una perspectiva clara sobre la generación de beneficios, la rentabilidad y el período de tiempo necesario para recuperar la inversión inicial.

### 8.5.1 VPN, TIR, PAYBACK descontado

VAN, TIR Y Payback descontado		
VAN	\$ 13.552.611,80	Nos indica que la empresa genera suficiente rentabilidad a futuro
TIR	113%	Es mayor que la CCPP, lo que nos indica que el proyecto es suficientemente rentable
Payback descontado	11 meses y 7 días	El tiempo de recuperacion de la inversion inicial es de 11 meses

*Ilustración 20. VPN, TIR y Payback descontado*

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

La evaluación financiera detallada del proyecto LCKR Colombia arroja resultados sumamente alentadores, destacando su sólida rentabilidad y viabilidad. A continuación, se explican los tres indicadores clave:

**Valor Actual Neto (VAN):** Con un VAN de \$13.552.611,80, se indica que el proyecto generará una rentabilidad significativa a lo largo del tiempo. Este valor representa la diferencia entre los flujos de efectivo futuros y el costo inicial de la inversión. Un VAN positivo señala que el proyecto es capaz de generar beneficios netos.

**Tasa Interna de Retorno (TIR):** La TIR se sitúa en un 113%. Este valor supera considerablemente la Tasa Mínima Aceptable o Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP), lo que indica que el proyecto es altamente rentable. La TIR es una medida del rendimiento del proyecto y muestra que la inversión en LCKR Colombia es atractiva y prometedora.

**Payback Descontado:** El Payback descontado es de 11 meses y 7 días, lo que significa que se recupera la inversión inicial en un período relativamente corto. Este indicador ofrece seguridad financiera al proyecto, ya que señala que los flujos de efectivo descontados generados por LCKR Colombia permiten recuperar la inversión de manera eficiente.

En conjunto, estos indicadores respaldan una conclusión muy positiva: LCKR Colombia es un proyecto altamente rentable y económicamente viable. Estos resultados financieros pronostican un futuro próspero y sostenible para la empresa en el mercado de ropa deportiva y casual.

## 9. Conclusiones

- LCKR Colombia ha logrado consolidarse en el mercado de camisetas y buzos deportivos y casuales importados en Colombia. Este posicionamiento es el resultado de un esfuerzo continuo por ofrecer productos de alta calidad y una experiencia de compra excepcional.
- La mejora de la presencia en línea ha sido un factor crucial en el éxito de la empresa. La adaptación a las tendencias de compra en línea, especialmente durante la pandemia de COVID-19, ha permitido a LCKR Colombia llegar a un público más amplio y brindar comodidad a sus clientes.
- La estrategia de ampliar y diversificar el inventario, centrándose en opciones exclusivas y novedosas en buzos y camisetas deportivas-casuales, ha demostrado ser efectiva para atraer a una variedad de clientes. Esta diversificación ha permitido a la empresa satisfacer las cambiantes demandas del mercado.
- El crecimiento de la empresa ha sido sostenible y se ha proyectado a futuro. La capacidad de adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado y la inversión en la experiencia del cliente han sido factores clave en este logro.
- LCKR Colombia ha comprendido la importancia de brindar una experiencia excepcional al cliente. Esto se refleja en la estrategia de ventas en línea, la diversidad de productos y la atención al detalle en la atención al cliente.
- El análisis financiero refleja una perspectiva alentadora para LCKR Colombia, con una proyección de utilidades acumuladas de \$36 millones de pesos en tres años, lo que denota una rentabilidad sólida. Además, el crecimiento anual esperado del 10% supera el logrado en 2022, que fue del 8.3%, demostrando la capacidad de la empresa para aprovechar oportunidades de mercado y expandirse.
- La empresa ha logrado establecer colaboraciones efectivas en el comercio internacional, lo que ha permitido la importación exitosa de productos. Esta red de colaboración es esencial para mantener un flujo constante de productos de calidad.

## 10. Recomendaciones

- Continuar mejorando la presencia en línea es esencial. Esto incluye la implementación del sitio web y la inversión en estrategias de marketing digital para atraer y retener a más clientes en línea.
- Dada la creciente conciencia sobre la sostenibilidad en la moda, considerar la inclusión de productos sostenibles en el inventario podría ser una estrategia valiosa. Esto podría incluir la oferta de ropa fabricada con materiales reciclados o procesos de producción más sostenibles.
- Evaluar la posibilidad de expandirse a nuevos mercados geográficos, a nivel nacional, como la apertura de una tienda física en Medellín. Esto puede fortalecer la presencia de LCKR Colombia en el mercado local y ofrecer una experiencia de compra única para los clientes de la zona.
- Realizar un seguimiento y evaluación continua de los resultados, incluidas las métricas de ventas, la satisfacción del cliente y la eficacia de las estrategias de marketing. Esto permitirá una adaptación ágil a los cambios en el mercado y una toma de decisiones informada.

## 11. Referencias

### References

- Becerra, L. L. (2023, February 1). *Desempleo en Colombia: cómo le fue al país en 2022 y proyecciones para 2023 | Empleo | Economía*. Portafolio. Retrieved September 1, 2023, from <https://www.portafolio.co/economia/empleo/desempleo-en-colombia-como-le-fue-al-pais-en-2022-y-proyecciones-para-2023-577786>
- Complexcon. (2023). ComplexCon - Long Beach, CA - November 18-19. Retrieved September 24, 2023, from <https://www.complexcon.com/>
- Datos Macro. (2023). *Economía y demografía de Estados Unidos 2023*. Datosmacro.com. Retrieved August 28, 2023, from <https://datosmacro.expansion.com/paises/usa>
- Gestal, P. (2022, May 11). *El online copará el 40% de las ventas de moda en 2026*. Modaes. Retrieved September 24, 2023, from <https://www.modaes.com/entorno/el-ecommerce-busca-su-techo-copara-un-40-de-las-ventas-de-moda-en-2026>
- GBM. (2023). GBM Academy.
- Legiscomex. (2023).
- Medellin Como Vamos. (s.f.). *Área Metropolitana*. Medellín Cómo Vamos. Retrieved September 14, 2023, from <https://www.medellincomovamos.org/territorio/area-metropolitana-del-valle-de-aburra>
- MinCIT. (2022, December 28). *Gobierno establece arancel del 40 % a importación de confecciones*. MINCIT. Retrieved September 1, 2023, from <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/comercio/arancel-del-40-a-importacion-de-confecciones>
- OpenAI. (2023).

Regan, B. (2023). *Online Business Laws You Need to Know for Ecommerce*. BigCommerce.

Retrieved September 4, 2023, from <https://www.bigcommerce.com/blog/online-business-laws/>

## 12. Anexos

### Anexo A. Inventario..... 51

Tipo de prenda	Descripcion	Talla	Color	Precio
Camiseta Champion	Camioneta naranja	S	Blanca	130.000
Camiseta Puma	Logo pequeño	S	Blanca	110.000
Camiseta Champion	Logo blanco	S	Negra	120.000
Camiseta Nike	Logos pequeños	S	Negra	100.000
Camiseta Nike	Logos pequeños	S	Blanca	100.000
camiseta 2Pac	Poetic Justice	S	Negra	110.000
Camiseta Adidas	LA Galaxy	S	Azul	120.000
Camisilla Nike	Rayas	M	Blanca	240.000
Camiseta Puma	Pikachu	M	Amarilla	170.000
Camiseta Guess	Guess LA	M	Café	190.000
Camiseta Puma	Tigre verde	M	Negra	170.000
Camiseta Polo Nike	Basica	M	Negra	220.000
Camibuzo Jordan	Paris	M	Verde	230.000
Camibuzo Nike	Animales	M	Blanco	235.000
Camiseta Guess	Guess Originals	M	Blanca	120.000
Camiseta Guess	Guess Originals	M	Negra	120.000
Camibuzo Champion	Logo pequeño	M	Azul	120.000
Camiseta Boyz	Boyz in the hood	M	Negra	130.000
Camiseta Nike	Logo grande	M	Verde	150.000
Camiseta Nike	Desvanecido blanco	M	Roja	190.000
Camiseta Polo Puma	Logo pequeño	M	Blanca	210.000
Camiseta Nike	Logo grande	M	Morada	150.000
Camisilla Nike	NIKE Colores	M	Roja	130.000
Camiseta DMX	Luchador	M	Negra	130.000
Camiseta Champion	Logo grande	M	Negra	150.000
Camiseta Champion	Logo World	M	Negra	150.000
Camiseta Nike	AIR	M	Blanca	180.000
Camiseta Nike	Taco Jay	M	Blanca	190.000
Camibuzo Nike	Logo grande	L	Rojo	240.000
Camibuzo Nike	varios colores	L	Blanco con negro	260.000
Camiseta Tommy	Tommy Jeans	L	Negra	120.000
Camiseta Tommy	Tommy Hilfiger	L	Roja	120.000
Camibuzo Nike	Logo pequeño	L	Negro	235.000
Camiseta Puma	Lucky	L	Negra	160.000
Camibuzo Nike	Animales	L	Mostaza	235.000

Camiseta Guess	Guess Originals	L	Roja	120.000
Camiseta Nike	Logos pequeños	L	Negra	100.000
Camiseta Nike	AIR	L	Blanca	180.000
Camiseta Champion	Cesta basket	L	Blanca	160.000
Camiseta Jordan	AIR Jordan	L	Blanca	220.000
Camiseta Nike	LA	L	Azul	180.000
Camiseta Nike	Calavera	L	Roja	180.000
Camiseta Scarface	Scarface	L	Negra	160.000
Camiseta Puma	Ferrari	L	Negra	200.000
Camiseta Nike	NBA	L	Negra	190.000
Camiseta Polo Puma	Logo pequeño	L	Negra	210.000
Camibuzo Nike	Logo pequeño	XL	Blanco	240.000
Camiseta Nike	Calavera	XL	Roja	180.000
Camibuzo Nike	Animales	XL	Blanco	235.000
Camiseta Nike	Muñecos verdes	XL	Negra	210.000
Camiseta Champion	Cuadros	XL	Gris	80.000
Camisilla Champion	Logo pequeño	XL	Blanca	120.000
Camiseta Champion	Logo grande	M	Vinotinto	130.000
Camiseta Nike	Logo pequeño	XL	Blanca	170.000
Camiseta Adidas	Logo grande	XL	Blanca	170.000
Camiseta Nike	New York	XL	Blanca	170.000
Camiseta Champion	Cesta basket	XL	Blanca	160.000
Camiseta Nike	Snoop Dogg	XL	Blanca	160.000
Camiseta Champion	Logo grande	XL	Roja	170.000
Camiseta Jordan	AIR Jordan	XL	Blanca	220.000
Camiseta Jordan	Jordan	XL	Roja	190.000
Camiseta Puma	Tennis	XL	Blanca	160.000
Camibuzo Jordan	Multi color	XL	Multi color	270.000
Camiseta Puma	Ferrari	XL	Negra	200.000
Camiseta Nike	Logo pequeño	XL	Azul	200.000
Camiseta Adidas	USA	XXL	Blanca	100.000
Camiseta Adidas	MEXICO	XXL	Blanca	140.000
Camiseta Nike	LA	XXL	Azul	180.000
Camiseta Nike	Tennis	XXL	Azul	170.000
Camiseta Champion	Life's a trip	XXL	Blanca	160.000
Buzo Jordan	Michael Jordan	M	Beige	300.000
Buzo Puma	Logo pequeño	M	Azul	270.000
Sweater Champion	Basico	M	Blanco	270.000
Chaleco Nike	Doble color	M	Beige	400.000
Buzo Nike	Be nice	L	Morado	300.000
Buzo Jordan	Michael Jordan	L	Beige	300.000

Chaqueta Nike	Logo pequeño	L	Negra	600.000
Chaleco Jordan	Logo pequeño	L	Negro	450.000
Chaleco Nike	Multicolor	L	Multicolor	450.000
Chaleco Nike	Logo pequeño	L	Negro	450.000
Camibuzo Nike	Logo grande	L	Azul claro	290.000
Chaleco Jordan	Logo grande	L	Negro y verde	450.000
Buzo Jordan	Arm	L	Naranja	280.000
Buzo Nike	Be nice	XL	Morado	300.000
Buzo Nike	Figuras	XL	Morado claro	300.000
Buzo Jordan	Jump Man	XL	Rojo	300.000
Buzo Champion	Logo grande	XL	Negro	290.000
Buzo Nike	Logo pequeño	XL	Negro	290.000
Swater Champion	Logo grande	XL	Negro	270.000
Swater Adidas	Logo pequeño	XL	Negro	270.000
Buzo Champion	Logo grande	XL	Blanco	280.000
Buzo Champion	Logo grande	XL	Rojo	280.000
Buzo Nike	Figuras	XXL	Morado claro	300.000
Buzo Calvin Klein	Logo pequeño	XXL	Amarillo	250.000
Buzo Jordan	Logo pequeño	XXL	Rojo	300.000
Buzo Calvin Klein	Logo grande	XXL	Negro	290.000
<b>Total buzos y camisetas</b>	<b>96</b>		<b>Total</b>	<b>20.350.000</b>

*Ilustración 21. Inventario*