

PROYECTO DE CREACIÓN DE EMPRESA

Lumber Jack

Por

Samuel López Londoño

Asesora

Carolina Yepes Hernández

Universidad Católica Luis Amigó

Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables

Negocios internacionales

Medellín

2024

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

| | |
|---|----|
| 1. Antecedentes | 10 |
| 2. Definición del negocio | 10 |
| 3. Descripción del equipo emprendedor | 12 |
| 4. Modelo de negocio canvas | 13 |
| 4.1 Socios Claves | 13 |
| 4.2 Actividades Clave | 14 |
| 4.3 Recursos Claves | 15 |
| 4.4 Propuesta de Valor | 16 |
| 4.5 Relación con el cliente | 16 |
| 4.6 Canales de comunicación | 16 |
| 4.7 Segmento clientes | 17 |
| 4.8 Estructura de Costos | 17 |
| 4.9 Fuentes de Ingresos | 19 |
| 4.10 Canales de Distribución | 20 |
| 5. Empresa | 23 |
| 5.1 Requisitos legales | 23 |
| 5.2 Objeto social de la empresa | 24 |
| 5.3 Misión, Visión y Objetivos de la Empresa | 24 |

| | |
|---|----|
| 5.4 Organigrama | 25 |
| 5.5 Análisis de la producción | 25 |
| 5.6 Análisis financiero y contable | 27 |
| 5.6.1 Área Contable y Financiera | 27 |
| 5.6.2 Evolución Financiera de los Últimos Tres Años | 27 |
| 5.6.3 Financiación | 28 |
| 5.6.4 Crédito vigente | 28 |
| 5.6.5 Política de costos | 29 |
| 5.6.6 Punto de equilibrio | 29 |
| 6. Análisis marketing mix | 30 |
| 6.1 Producto | 30 |
| 6.2 Canal | 35 |
| 6.3 Catálogo de venta | 36 |
| 6.4 Sitio: | 36 |
| 6.5. Adecuaciones del producto para el mercado internacional | 36 |
| 6.5.1. Instrucciones de Cuidado | 37 |
| 6.5.2 Etiquetado | 37 |
| 6.5.3 Posicionamiento de la Marca | 38 |
| 6.5.4 Sistemas de Mercadeo y Publicidad | 38 |
| 6.5.5 Contactos Comerciales | 39 |

| | |
|--|----|
| 6.5.6 Acuerdos Comerciales..... | 39 |
| 6.5.7 Tratamiento Arancelario | 39 |
| 6.5.8 Cupos | 40 |
| 6.5.9 Licencias | 40 |
| 6.5.11 Requisitos Técnicos..... | 40 |
| 6.5.12 Puertos de entrada..... | 40 |
| 7.1 Promoción | 41 |
| 7.2 Plaza – Canales | 42 |
| 8. Medición del Potencial Exportador | 42 |
| 8.1 Inteligencia de Mercados | 42 |
| 8.2 Preselección de mercados a estudiar..... | 44 |
| 8.3 Priorización de mercados..... | 45 |
| 8.4 Análisis Comparativo de los Mercados Estudiados | 47 |
| 8.5 Síntesis de la Inteligencia de Mercados | 48 |
| 8.6 Análisis de la Competencia Local e Internacional..... | 49 |
| 9. Gestión Logística de ventas al mercado internacional..... | 51 |
| 10. Gestión financiera..... | 53 |
| 10.2 Financiación | 55 |
| 13.1 Estado de resultado proyectado | 55 |
| 13.2 Flujo de efectivo..... | 56 |

| | |
|---|----|
| 13.3 Cálculo de la TIR – TREMA | 56 |
| 13.5 Periodo de recuperación | 56 |
| 14. Conclusiones | 56 |
| 15. Bibliografía | 57 |
| 16. Anexos | 58 |

TABLA DE ILUSTRACIONES

| | |
|---|----|
| 1. Instagram Lumber Jack | 17 |
| 2. Correo Lumber Jack | 17 |
| 3. Lista de precios Lumber Jack | |
| 4. Proyección de ventas Lumber Jack. Elaboración propia | |
| 5. Paso 1 para realizar pedido | 20 |
| 6. Ejemplo paso 2. | 21 |
| 7. Ejemplo paso 3. | 21 |
| 8. Modelo Canvas Lumber Jack. Elaboración propia | |
| 9. Organigrama Lumber Jack. Elaboración propia | 25 |
| 10. Razones financieras Lumber Jack. Elaboración propia | 28 |
| 11. Punto de equilibrio Lumber Jack. Elaboración propia. | 30 |
| 12. Canal 2 Sitio Web | 35 |
| 13. Usuario instagram | 36 |
| 14. Consulta Trade Map. | |
| 15. Consulta trade map | |
| 16. Ejercicio de ponderación de mercados | 47 |
| 17. Cadena de logística Lumber Jack, elaboración propia. | |
| 18. Imagen de referencia envío DHL | 52 |
| 19. Referencia de comunicación post venta | 53 |
| 20. Proyección cuotas préstamo Bancolombia | 55 |

| | |
|---|----|
| 21. Plan de pagos prestamo | 55 |
| 22. Estado de resultado. Elaboración propia | 55 |
| 23. Flujo de efectivo. Elaboración propia..... | 56 |
| 24. Cálculo TIR. Elaboración propia..... | 56 |

RESUMEN

Lumber Jack es una marca de ropa nacida en Medellín en 2024 que combina moda y arte, creada por un emprendedor y cantante que busca que su estilo y creatividad se reflejen en cada prenda. Su modelo de negocio está basado en un ecommerce, orientado tanto al mercado local como internacional, con una oferta única de prendas diseñadas por la marca y la posibilidad de personalización, donde los clientes pueden elegir telas, estilos y diseños. Lumber Jack se destaca por su enfoque innovador en el sector de la moda y su capacidad para adaptarse a las tendencias del mercado, lo que la posicionará favorablemente en el ámbito nacional e internacional.

ABSTRACT

Lumber Jack is a clothing brand born in Medellín in 2024 that combines fashion and art, created by an entrepreneur and singer who seeks to reflect his style and creativity in every garment. Its business model is based on an ecommerce platform, targeting both local and international markets, offering a unique selection of brand-designed clothing and customization options, where customers can choose fabrics, styles, and designs. Lumber Jack stands out for its innovative approach in the fashion industry and its ability to adapt to market trends, positioning it favorably in both national and international markets.

1. Antecedentes

Lumber Jack (que significa Leñador, lo que hace referencia al concepto de saymu como artista, ya que Samuel es una persona amante a la naturaleza y es una persona valiente lo que hace alusión a los leñadores, a partir de acá nace la marca de ropa con el nombre de Lumber Jack, esta es una marca de ropa nacida en Medellín en el año 2024, fruto del espíritu emprendedor de Samuel López, un estudiante de Negocios Internacionales y cantante. Esta iniciativa no solo combina su pasión por la música, sino también su formación académica, que le ha permitido entender la dinámica del comercio internacional y las oportunidades que el mercado global ofrece.

Desde sus inicios, Lumber Jack ha sido concebida como un ecommerce de ropa, con el objetivo de destacar tanto a nivel nacional como internacional. A través de la plataforma, la marca ofrece dos categorías principales: ropa de marca propia con diseños exclusivos inspirados en la identidad artística del fundador y ropa de otras marcas reconocidas en el mercado. Además, la opción innovadora de personalización, donde los clientes pueden elegir el tipo de tela y diseño de las prendas, les otorga una ventaja competitiva frente a otras tiendas en línea.

El proyecto se enfoca en establecer una conexión entre el talento artístico de Samuel y su visión empresarial, creando una marca que sea un reflejo de su identidad y que también se proyecte en mercados internacionales. Gracias a su formación en Negocios Internacionales, tiene la capacidad de gestionar relaciones comerciales globales, optimizar las cadenas de suministro y aprovechar acuerdos internacionales que facilitan la expansión de la marca Lumber Jack en otros países.

2. Definición del negocio

Lumber Jack es una marca de ropa que se enfoca en la venta de camisetas, buzos y conjuntos para hombres y mujeres. La empresa opera bajo un modelo de negocio ecommerce, lo que le permite ofrecer sus productos a nivel local y global. La plataforma online permitirá a los clientes acceder a una amplia variedad de prendas, tanto de diseño

propio como de marcas reconocidas, generando una oferta diversa y exclusiva para sus usuarios.

El modelo de negocio de Lumber Jack se basa en el comercio electrónico, utilizando una plataforma online para la venta de productos de moda. Este enfoque le permite a la marca llegar a un público internacional, eliminando las barreras geográficas y maximizando la exposición de los productos. La tienda online no solo ofrecerá ropa de diseño propio, sino que también incluirá productos de marcas ya establecidas en el mercado, ofreciendo así una mezcla única de estilo personal y comercial. El modelo de ecommerce de Lumber Jack se apoya en una logística eficiente que garantiza la entrega de productos tanto en Colombia como en mercados internacionales. Además, la plataforma estará optimizada para facilitar una experiencia de compra fluida, con opciones de pago seguras y diversas, adaptadas a las necesidades de los clientes-

Además, el ecommerce contará con una opción innovadora que permitirá a los clientes diseñar su propia ropa, eligiendo la tela, el estilo y el diseño. Esta característica no solo ofrecerá una experiencia personalizada de compra, sino que también empoderará a los clientes a expresar su individualidad a través de la moda, haciendo que cada prenda sea verdaderamente única y adaptada a sus gustos. El enfoque en la expansión internacional a través de la plataforma online permite que la marca tenga un alcance global, lo que fortalece su posicionamiento y atractivo en el competitivo mercado de la moda.

3. Descripción del equipo emprendedor

El equipo emprendedor de Lumber Jack está encabezado por Samuel López, como fue mencionado anteriormente, es estudiante de negocios internacionales y también es cantante. Samuel es el fundador y la fuerza creativa detrás de la marca, combinando su pasión por la moda y la música para desarrollar una propuesta única en el mercado. Su formación académica en negocios internacionales le proporciona una sólida base en gestión empresarial, marketing y estrategias de comercio, lo que es crucial para el crecimiento y la dirección de la marca.

Samuel posee habilidades técnicas en diseño gráfico y gestión de redes sociales, lo que le permite crear contenido atractivo y mantener una presencia activa en las plataformas digitales. Su conocimiento en marketing digital es fundamental para atraer y retener a los clientes, y ha sido instrumental en la creación de una identidad de marca fuerte y coherente.

Además de sus habilidades técnicas, Samuel cuenta con habilidades blandas esenciales para el emprendimiento, como liderazgo, creatividad y resolución de problemas. Su capacidad para trabajar en equipo y comunicarse efectivamente le ha permitido colaborar con otros profesionales y expertos cuando ha sido necesario, ampliando así el alcance y la efectividad de sus iniciativas.

Aunque actualmente Samuel es el único miembro del equipo, su visión de Lumber Jack incluye la posibilidad de colaborar con diseñadores y otros artistas en el futuro. Esta apertura a la colaboración refleja su deseo de enriquecer la oferta de la marca y fortalecer la conexión con la comunidad artística, lo que puede abrir nuevas oportunidades de crecimiento y expansión. La falta de un equipo de apoyo también limita la capacidad de delegar funciones importantes, lo que puede generar sobrecarga y retrasos. Estas limitaciones motivan a Samuel a buscar activamente nuevas alianzas y expandir su equipo, lo cual es crucial para superar estas barreras y alcanzar el potencial completo de la marca.

4. Modelo de negocio canvas

4.1 Socios Claves

Proveedores: La marca trabajará con proveedores locales que ofrecen una variedad de telas adecuadas para la producción de prendas de vestir. Los proveedores de telas serán:

| Proveedor | Dirección | Teléfono |
|-----------|--------------------------------|------------|
| Lafayette | Cra. 52 #14-30, Medellín | 3102030787 |
| Text Fit | Calle 6 Sur # 51 – 71 Medellín | 3217555648 |

Además, Nike, Adidas y Puma, a los que se les adquirirá la ropa para la sección de marcas reconocidas.

Plataformas de logística: Lumber Jack trabajará con plataformas de logística, con las cuales buscará entregar sus envíos en el menor tiempo posible y con seguridad, estas plataformas serán:

A nivel nacional

| Empresa | Dirección | Contacto |
|------------------|-------------------|---------------|
| Servientrega | Cra. 48 # 18 - 41 | (604) 6045516 |
| Inter Rapidísimo | Cl. 30A #65cc-1 | 300 2287299 |

A nivel internacional

| Empresa | Dirección | Contacto |
|---------|--|----------------|
| DHL | Cra. 48 #32B Sur - 139 sótano 1, Zona 1, Envigado | 310 2097576 |
| UPS | Cl. 48 #40-97 a 40-1 | 01-800-0120920 |

Influencers y embajadores de marca: Colaboradores en redes sociales que ayudan a promocionar la marca entre sus seguidores, incluyendo las redes del fundador.

| Nombre | Red social | Alcance |
|--------|------------|---------|
|--------|------------|---------|

| | | |
|----------------|--------------------------------|------------------|
| Samuel López | Instagram: @__saymu TikTok: | 11.1k seguidores |
| Juakin Saenz | Instagram: @juakin_saenz | 1mll seguidores |
| Kevin restrepo | Instagram: @keviin0k | 253 k seguidores |

4.2 Actividades Clave

Creación de colecciones exclusivas y opción de personalización para los clientes:

Lumber Jack comenzará su proceso creativo investigando las últimas tendencias en moda, tanto a nivel local como internacional, analizando la competencia y las preferencias del público objetivo. Samuel explorará constantemente nuevos estilos, colores y diseños que resonarán con su audiencia, integrando su identidad artística y los valores de la marca en cada colección. A partir de estos hallazgos, se diseñarán colecciones exclusivas, con la posibilidad de colaborar en el futuro con diseñadores independientes para ofrecer piezas innovadoras.

Estrategias de publicidad digital y optimización de la tienda en línea:

Implementará estrategias de publicidad digital a través de plataformas como Google Ads, TikTok e Instagram, segmentando los anuncios hacia usuarios interesados en moda personalizada y sostenibilidad, principalmente en el rango de edad de 18 a 35 años. Las redes sociales se utilizarán no solo para la publicidad pagada, sino también para construir una comunidad activa en torno a la marca, compartiendo contenido visual atractivo y colaborando con influencers para aumentar la visibilidad.

Gestión de consultas, devoluciones y fidelización de clientes:

La empresa tendrá una política de devoluciones clara, permitiendo devoluciones de productos no personalizados en un plazo de 15 días. En caso de productos personalizados, las devoluciones serán gestionadas caso por caso, siempre buscando la satisfacción del cliente.

Para fomentar la fidelización, Lumber Jack implementará un programa de recompensas donde los clientes acumularán puntos por cada compra, los cuales podrán canjear por descuentos o productos exclusivos. Se enviarán campañas de email marketing personalizadas, con ofertas y novedades basadas en las compras anteriores del cliente, creando así un vínculo cercano y manteniendo el interés en futuras colecciones. Además, se enviarán encuestas postventa para obtener retroalimentación y mejorar continuamente la experiencia de compra.

4.3 Recursos Claves

Talento humano:

Aunque Samuel es actualmente el único miembro de la marca, a futuro planea expandir el equipo para cubrir todas las áreas del negocio. Sin embargo, a corto plazo se encargará de todo el proceso, desde el diseño hasta la atención al cliente y la gestión de inventarios. Su capacidad multifacética es uno de los recursos más importantes de la empresa en esta fase inicial.

El proceso comenzará con el diseño, donde investigará tendencias, creará las colecciones y supervisará los pedidos que hagan en la plataforma online. En la etapa de marketing, gestionará las campañas de publicidad digital, utilizando plataformas como Google Ads y redes sociales para atraer tráfico a la tienda. Además, se encargará directamente de la atención al cliente, respondiendo consultas, gestionando pedidos y asegurando que cada comprador tenga una experiencia positiva con la marca. Finalmente, supervisará la gestión de inventarios y la logística, operando desde la bodega en Medellín, donde él mismo coordinará el embalaje y el envío de los productos a los clientes.

Para que la gestión del talento humano se desempeñe con éxito se requieren cualidades como: creatividad, autodisciplina, orientación al cliente y adaptabilidad.

Tecnología: Plataformas de ecommerce como Shopify o WooCommerce, herramientas de marketing digital como Google Ads y Facebook Ads, y sistemas de gestión de inventarios como Zoho Inventory.

Infraestructura: Bodega en Medellín para el manejo de inventarios y envíos.

4.4 Propuesta de Valor

- Productos exclusivos y de alta calidad que combinan moda y música, permitiendo a los clientes expresar su estilo personal a través de prendas únicas.
- Opción de personalización que añade un valor diferencial al negocio, satisfaciendo la demanda de productos a medida.

4.5 Relación con el cliente

- Atención personalizada con soporte y asesoramiento para cada cliente, creando una experiencia de compra memorable.
- Fidelización a través de programas de lealtad y promociones especiales para clientes recurrentes.

4.6 Canales de comunicación

- Tienda online que será la plataforma principal de ventas y personalización.
- Redes sociales como Instagram, Facebook y TikTok para promocionar productos y generar interacción con los clientes.
- Email marketing para divulgar campañas de marketing dirigidas a clientes existentes y potenciales.



1. Instagram Lumber Jack



2. Correo Lumber Jack

4.7 Segmento clientes

Lumber Jack se dirige principalmente a jóvenes y adultos entre 18 y 35 años, interesados en la moda y el deporte, que valoran la exclusividad y la personalización en sus prendas.

4.8 Estructura de Costos

Costos fijos mensuales

| Concepto | Valor (COP) |
|-------------------------------|-------------|
| Salarios | \$1.400.000 |
| Servicios públicos + internet | \$200.000 |
| Plataformas digitales | \$200.000 |

| | |
|-------------------------|--------------------|
| Alquiler bodega | \$700.000 |
| Cuota préstamo Bancario | \$155.798 |
| Total, CF | \$2.655.798 |

Costos variables mensuales

| Concepto | Valor (COP) por prenda |
|---|---|
| Costo de materiales | Camisetas: \$15.000 Buzos: \$40.000 Conjuntos: \$60.000 |
| Costo de producción | Camisetas: \$5.000 Buzos: \$10.000 Conjuntos: \$15.000 |
| Logística (embalaje, envío y manejo) | \$10.000 |
| Marketing | \$100.000 por campaña |
| Camisetas marcas externa | \$65.000 |
| Buzos y conjuntos marcas externas | \$120.000 |
| Domicilio Medellín y área metropolitana | \$7.000 |
| Envío nacional | \$12.000 |
| Envío internacional | \$20 USD |

4.9 Fuentes de Ingresos

Los ingresos de Lumber Jack provienen de la venta de sus productos

| Precios 2024 | |
|------------------------------|-----------------|
| Concepto | Precio de venta |
| Camisetas marca propia | \$ 50.000 |
| Buzos marca propia | \$ 90.000 |
| Conjuntos marca propia | \$ 120.000 |
| Camisetas otras marcas | \$ 100.000 |
| Buzos otras marcas | \$ 120.000 |
| Conjuntos otras marcas | \$ 200.000 |

3. Lista de precios Lumber Jack

Se espera que Lumber Jack presente un crecimiento de 10% efectivo anual.

| Proyección de ventas | | | | | |
|----------------------|---------------|---------------------|---------------|---------------|---------------|
| | | | 10% | 10% | 10% |
| Mes | Ventas | Participación anual | 2026 | 2027 | 2028 |
| Enero | \$ 5.435.000 | 8% | \$ 5.978.500 | \$ 6.576.350 | \$ 7.233.985 |
| Febrero | \$ 4.200.000 | 6% | \$ 4.620.000 | \$ 5.082.000 | \$ 5.590.200 |
| Marzo | \$ 6.120.000 | 9% | \$ 6.732.000 | \$ 7.405.200 | \$ 8.145.720 |
| Abril | \$ 7.850.000 | 11% | \$ 8.635.000 | \$ 9.498.500 | \$ 10.448.350 |
| Mayo | \$ 8.192.500 | 11% | \$ 9.011.750 | \$ 9.912.925 | \$ 10.904.218 |
| Junio | \$ 9.109.000 | 13% | \$ 10.019.900 | \$ 11.021.890 | \$ 12.124.079 |
| Julio | \$ 5.780.000 | 8% | \$ 6.358.000 | \$ 6.993.800 | \$ 7.693.180 |
| Agosto | \$ 4.340.000 | 6% | \$ 4.774.000 | \$ 5.251.400 | \$ 5.776.540 |
| Septiembre | \$ 2.900.000 | 4% | \$ 3.190.000 | \$ 3.509.000 | \$ 3.859.900 |
| Octubre | \$ 4.500.000 | 6% | \$ 4.950.000 | \$ 5.445.000 | \$ 5.989.500 |
| Noviembre | \$ 3.209.000 | 4% | \$ 3.529.900 | \$ 3.882.890 | \$ 4.271.179 |
| Diciembre | \$ 10.112.780 | 14% | \$ 11.124.058 | \$ 12.236.464 | \$ 13.460.110 |

4. Proyección de ventas Lumber Jack. Elaboración propia

4.10 Canales de Distribución

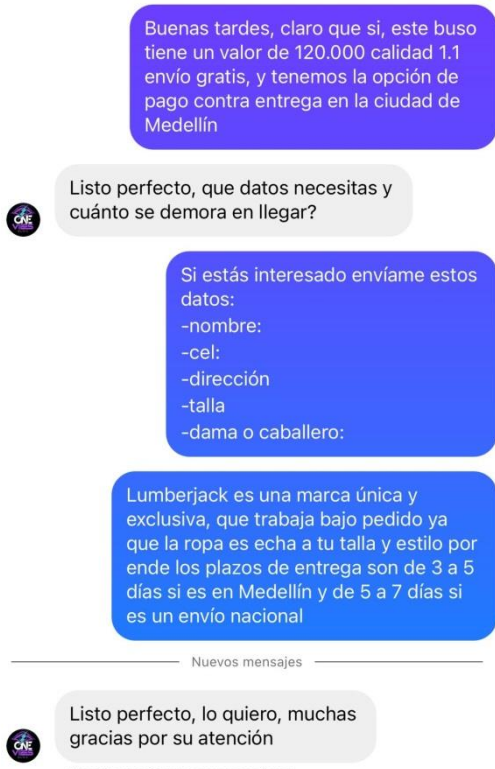
Los pedidos se generarán por la página web y/o redes sociales y su entrega será así:



5. Paso 1 para realizar pedido.



6. Ejemplo paso 2.



7. Ejemplo paso 3.

Distribución local: Área de cobertura para Medellín y su área metropolitana.

Se utilizarán servicios de mensajería local con empresas especializadas en el área, estos envíos tendrán valor de \$8.000 y será con Mensajeros Urbanos para entregas en el mismo día o al día siguiente. A la empresa de mensajería se le pagará por domicilio enviado.

Para que la empresa de mensajería trabaje con Lamber Jack deberá demostrar su compromiso con la satisfacción del cliente, con envíos puntuales y entrega con óptimas condiciones del paquete.

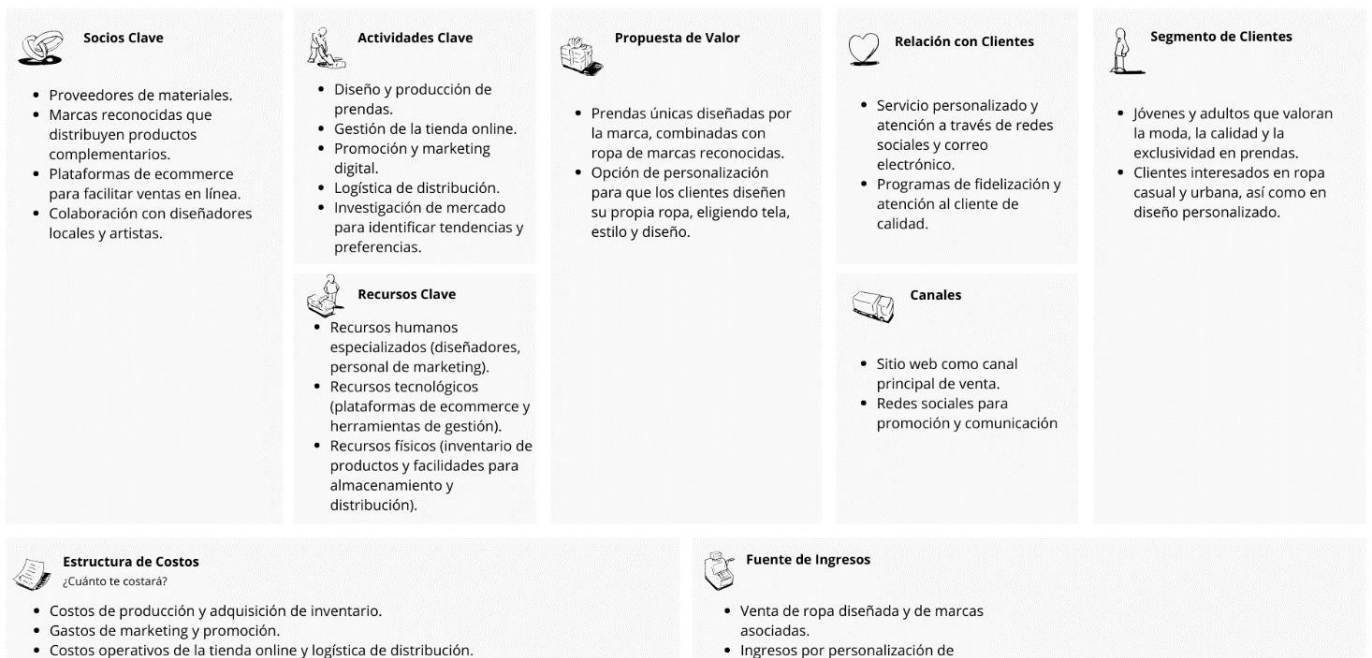
Distribución Externa (Nacional):

Para envíos a nivel nacional, Lumber Jack trabajará con Servientrega, que tiene amplia cobertura en Colombia. El tiempo estimado para envíos nacionales será de 2 a 3 días hábiles. El valor para envíos nacionales será de \$12.000

Distribución Internacional:

Inicialmente, Lumber Jack tiene como meta llegar a clientes en Estados Unidos, México y Chile. DHL se encargará de la logística internacional. Esta empresa ofrece soluciones

MODELO CANVAS LUMBERJACK



rápidas y seguras para envíos desde Colombia a otros países. Se estima que los envíos internacionales tarden entre 5 a 7 días hábiles dependiendo del país.

5. Empresa

5.1 Requisitos legales

Para la constitución y operación de Lumber Jack S.A.S. en Colombia, es necesario cumplir con varios requisitos legales que permiten el funcionamiento formal de la empresa, como lo es la escritura de constitución, en este caso será para una S.A.S (Sociedad por Acciones Simplificadas) ya que esta figura jurídica permite mayor flexibilidad en la administración y es adecuada para actividades de comercio internacional.

Tramitar el Registro Único Empresarial y la inscripción de la empresa en la Cámara de Comercio de Medellín para obtener la matrícula Mercantil, para esto Lumber Jack deberá diligenciar el formulario pertinente a la matrícula, presentar la escritura de constitución y documentos requeridos y pagar los derechos e impuestos correspondientes, estos últimos pueden ser aproximadamente:

| Concepto | Valor aproximado * |
|---|---------------------------|
| Formulario RUES | \$7.900 |
| Pago de los derechos de inscripción por la constitución de la entidad | \$58.000 |
| Certificado de matrícula mercantil | \$3.700 |
| Certificado de existencia | \$7.900 |
| Impuesto de registro | \$150.000 |

* Valores tomados del tarifario de la Cámara de Comercio de Medellín

Por último, el Registro Único Tributario ante la DIAN, el cuál llevará como 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 basada 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.)

5.2 Objeto social de la empresa

El objeto social de Lumber Jack S.A.S. es:

- Diseñar, producir y comercializar prendas de vestir y accesorios de moda bajo la marca propia "Lumber Jack".
- Participar en eventos y ferias relacionados con la moda y el comercio internacional.

5.3 Misión, Visión y Objetivos de la Empresa

Misión:

Proporcionar a nuestros clientes prendas de vestir únicas y personalizadas que fusionen moda y arte, reflejando la identidad y estilo individual de cada persona. A través de nuestra plataforma de comercio electrónico, ofrecemos productos de alta calidad y un servicio excepcional, promoviendo la creatividad y autenticidad en cada diseño.

Visión:

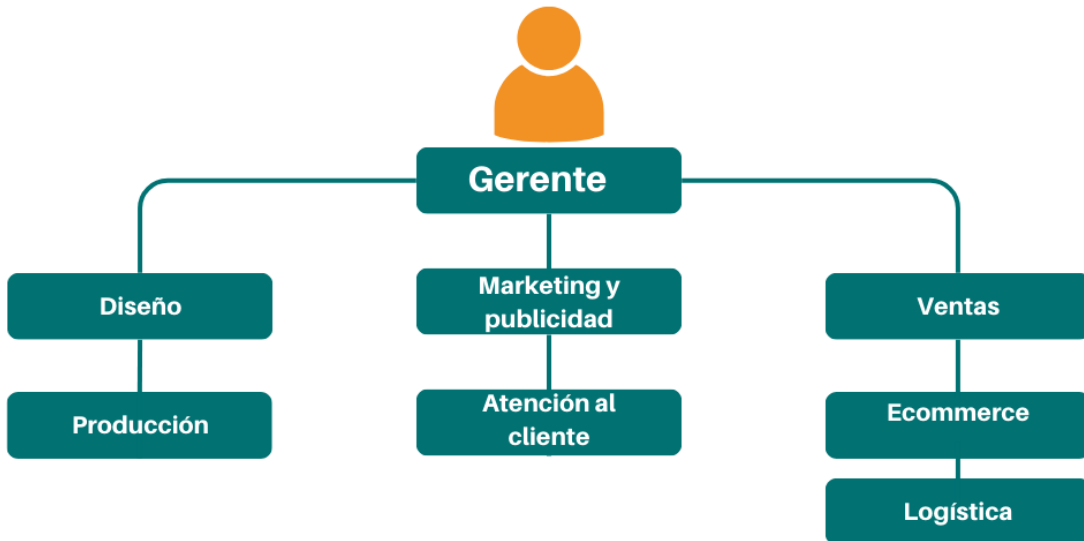
En 5 años ser reconocidos a nivel nacional e internacional como una marca líder en moda personalizada y comercio electrónico, destacándonos por nuestra innovación, calidad y compromiso con la satisfacción del cliente. Aspiramos a expandir nuestra presencia en mercados globales, estableciendo a Lumber Jack como sinónimo de estilo, originalidad y excelencia.

Objetivos:

- Establecer una sólida presencia en el mercado local y consolidar nuestra plataforma de comercio electrónico.
- Captar al menos un 5% del mercado de moda online en Medellín durante el primer año.
- Expandir operaciones a nivel nacional y comenzar exportaciones a países como Estados Unidos y México.
- Incrementar el volumen de ventas en un 10% anual.
- Posicionar como una marca global de moda personalizada.

- Aumentar nuestra participación en el mercado internacional y diversificar nuestra oferta de productos y servicios.

5.4 Organigrama



9. Organigrama Lumber Jack. Elaboración propia.

5.5 Análisis de la producción

Lumber Jack ha adoptado un modelo de tercerización para llevar a cabo la producción de sus prendas, lo que permite reducir costos operativos, evitar la compra de maquinaria costosa y enfocarse en su principal ventaja competitiva: la personalización de productos. Además, la empresa utiliza un sistema de producción en línea, donde las órdenes personalizadas de los clientes se envían directamente a los talleres de producción subcontratados.

Utiliza software de diseño gráfico y plataformas de ecommerce como Shopify, que están conectadas a los talleres de producción. Esto permite una integración eficiente entre el pedido del cliente y la producción.

Lumber Jack podría acogerse al Plan Vallejo, un programa del gobierno colombiano que permite a las empresas importar insumos sin pagar impuestos ni aranceles, siempre que los productos fabricados se destinen a la exportación. Este plan beneficiará la importación de

telas y materiales de alta calidad para la producción de ropa personalizada, lo que ayudará a reducir costos y aumentar la competitividad en el mercado internacional.

Proceso Productivo:

1. Diseño del Producto:

- Los clientes seleccionan en línea la prenda que desean personalizar (camisetas, buzos o conjuntos).

- A través del ecommerce, el cliente puede elegir el tipo de tela, color, estampado y otros detalles específicos.

2. Producción:

- Una vez recibido el pedido, el diseño personalizado se envía automáticamente a los talleres subcontratados que se encargan de la confección de la prenda.

- Las prendas se producen en lotes pequeños, con tecnologías de impresión digital y costura industrial.

3. Control de Calidad:

- Las prendas terminadas pasan por un riguroso proceso de control de calidad, donde se verifica que cumplan con los estándares de diseño, ajuste y acabado.

4. Empaque y Logística:

- Las prendas se embalan en empaques biodegradables y se preparan para su distribución nacional e internacional a través de empresas de mensajería como Servientrega y DHL.

Capacidad Instalada

Los talleres subcontratados con los que trabaja Lumber Jack tienen una capacidad de producción instalada de 1,000 prendas mensuales. Esto asegura que la demanda inicial en el mercado local esté bien cubierta.

La capacidad instalada para exportaciones se estima en 500 prendas adicionales mensuales, permitiendo que la empresa atienda mercados internacionales de manera efectiva, con planes de expansión a partir del tercer año.

Los proveedores son evaluados de forma periódica para asegurarse de que continúan operando con equipos modernos y con las certificaciones necesarias para mantener altos estándares de producción.

Además, Lumber Jack y sus proveedores aplican estrictos procesos de control de calidad para garantizar que las prendas cumplan con los estándares de la empresa y las expectativas del cliente: La mayoría de los talleres subcontratados están certificados bajo la norma ISO 9001, lo que asegura la gestión de calidad en todo el proceso productivo y también aplican políticas de sostenibilidad y gestión ambiental, cumpliendo con la norma ISO 14001 para minimizar el impacto ambiental de la producción.

Todas las prendas se entregan en empaques reciclables y biodegradables, alineados con las tendencias actuales de sostenibilidad.

5.6 Análisis financiero y contable

5.6.1 Área Contable y Financiera

Lumber Jack gestiona sus finanzas y contabilidad a través de un sistema basado en software de gestión financiera y contable. Este sistema permite la automatización de las transacciones diarias, generando informes contables en tiempo real además de una integración con plataformas de ecommerce, lo que permite un seguimiento en línea de las ventas y las cuentas por cobrar.

5.6.2 Evolución Financiera de los Últimos Tres Años

Dado que Lumber Jack es una empresa de reciente creación, no se cuenta con una evolución financiera de tres años. Sin embargo, se pueden proyectar las razones financieras para los próximos tres años, con base en las ventas y costos estimados.

Índices proyectados para el primer año de operación:

| | | | |
|-------------------------------|----|--------------|---|
| Activos corrientes | \$ | 15.000.000 | La razón de liquidez proyectada indica que LumberJack tiene suficientes activos corrientes para cubrir sus obligaciones a corto plazo. Un valor superior a 1 es positivo. |
| Pasivos corrientes | \$ | 8.000.000 | |
| Razón de Liquidez | | 1.875 | |
| Pasivos totales | \$ | 12.000.000 | Con un endeudamiento del 48%, LumberJack tiene un nivel de deuda moderado, lo que le permite financiar parte de su operación con pasivos sin poner en riesgo su solvencia |
| Activos totales | \$ | 25.000.000 | |
| Razón de Endeudamiento | | 0,48 | |
| Utilidad neta primer año | \$ | 15.000.000 | La empresa genera una rentabilidad significativa sobre sus activos totales, lo que refleja un uso eficiente de los recursos disponibles. |
| Activos totales | \$ | 25.000.000 | |
| ROA | | 0.60 | |

10. Razones financieras Lumber Jack. Elaboración propia.

Se recomienda a corto plazo mantener un nivel de liquidez adecuado para cubrir los costos operativos y contingencias, además de a mediano plazo considerar la opción de financiamiento para expansión internacional, garantizando el cumplimiento de las metas de ventas proyectadas y a largo plazo evaluar constantemente el nivel de endeudamiento para no comprometer la rentabilidad de la empresa.

5.6.3 Financiación

Actualmente, Lumber Jack se financia principalmente a través de capital propio del fundador, con un capital inicial invertido de \$10.000.000 y de crédito bancario a corto plazo por un valor de \$5.000.000.

5.6.4 Crédito vigente

Actualmente, Lumber Jack tiene un crédito activo con Bancolombia de libre inversión con tasa y cuota fijas:

Monto del crédito: \$5,000,000 COP.

Plazo: 48 meses.

Tasa de interés: 1.78%

El préstamo será destinado a capital de trabajo, compra de inventarios y promoción inicial.

Se utilizará este crédito para cubrir gastos iniciales y operar con capital propio en los primeros meses. Se planea reinvertir las ganancias para reducir la dependencia del crédito. Aunque actualmente Lumber Jack cuenta con un capital tangible limitado, la bodega y las ventas proyectadas pueden servir como garantía para futuros créditos.

5.6.5 Política de costos

Se aplica un modelo de costo más margen para fijar precios, asegurando que los costos fijos y variables sean cubiertos.

Costos Fijos Mensuales: \$1,900,000 COP.

Costos Variables por prenda:

Camisetas: Costo total = \$15,000 + \$5,000 + \$10,000 (logística) = \$30,000

Buzos: Costo total = \$40,000 + \$10,000 + \$10,000 = \$60,000

Conjuntos: Costo total = \$60,000 + \$15,000 + \$10,000 = \$85,000

5.6.6 Punto de equilibrio

| | | | | | | |
|---------------------------------|-------------------------------|----|-----------|---|-------------------|--------------|
| Costo fijo: | | \$ | 1.900.000 | | | |
| | Camisetas marca propia | \$ | 50.000 | | | |
| | Buzos marca propia | \$ | 90.000 | | | |
| | Conjuntos marca propia | \$ | 120.000 | | | |
| Precio de venta promedio | Camisetas otras marcas | \$ | 100.000 | = | <u>\$ 680.000</u> | = \$ 113.333 |
| | Buzos otras marcas | \$ | 120.000 | | 6 | |
| | Conjuntos otras marcas | \$ | 200.000 | | | |
| Costo variable promedio | Camisetas | \$ | 30.000 | | | |
| | Buzos | \$ | 60.000 | = | <u>\$ 175.000</u> | = \$ 58.333 |
| | Conjuntos | \$ | 85.000 | | 3 | |

| | | | | |
|---------------------------------------|---------|---|-------------|-------------|
| Punto de equilibrio | | | | |
| $\$ 1.900.000$ | | | | |
| = | | | | |
| $\frac{\$ 1.900.000}{\$ 55.000} = 35$ | | | | |
| $\$$ | 113.333 | - | $\$$ 58.333 | $\$$ 55.000 |

11. Punto de equilibrio Lumber Jack. Elaboración propia.

Lumber Jack debe vender aproximadamente 35 prendas mensuales para alcanzar el punto de equilibrio.

6. Análisis marketing mix

6.1 Producto

| | |
|-------------------------------|--|
| Nombre del producto | Camiseta Lumber Jack Personalizada |
| Canal de venta | Ecommerce |
| Descripción técnica | Camiseta de algodón 100%, de corte unisex y ajustable, disponible en diversas tallas y colores. Diseño personalizable por el cliente, quien puede elegir la tela, el diseño y agregar su propio texto. |
| Presentación Comercial | Disponible a través de una aplicación gratuita, accesible en cualquier dispositivo tecnológico (móviles, tablets, computadoras). |
| Especificaciones | <ul style="list-style-type: none"> - Composición: 100% algodón - Tallas disponibles: S, M, L, XL - Colores: Negro, Blanco, Azul, Rojo - Personalización: Opciones de diseño y texto - Logística: Envíos a cargo de empresas externas de mensajería. - Cuidado: Lavar en frío y secar al aire para prolongar la calidad del producto. |
| Precio | \$50,000 COP |

| | |
|-------------------------------|---|
| Nombre del producto | Buzo Lumber Jack Personalizado |
| Canal de venta | Ecommerce |
| Descripción técnica | Buzo de algodón 100%, con capucha, disponible en diferentes tallas y colores. Personalizable con diseños y colores a elección del cliente. |
| Presentación Comercial | Disponible a través de una aplicación gratuita, accesible en cualquier dispositivo tecnológico (móviles, tablets, computadoras). |
| Especificaciones | Composición: 100% algodón Tallas disponibles: S, M, L, XL Colores: Negro, Blanco, Gris, Verde Personalización: Opciones de diseño y colores Logística: Envíos gestionados por operadores externos de mensajería. Cuidado: Lavar a mano en agua fría para conservar la calidad. |
| Precio | \$90,000 COP |

| | |
|-------------------------------|--|
| Nombre del producto | Conjunto Lumber Jack Personalizado |
| Canal de venta | Ecommerce |
| Descripción técnica | Conjunto deportivo de sudadera y pantalón de algodón, personalizable en color y diseño. Ideal para clientes que buscan comodidad y estilo. |
| Presentación Comercial | Disponible a través de una aplicación gratuita, accesible en cualquier dispositivo |

| | |
|-------------------------|--|
| | tecnológico (móviles, tablets, computadoras). |
| Especificaciones | <p>Composición: 100% algodón</p> <p>Tallas disponibles: S, M, L, XL</p> <p>Colores: Negro, Azul, Verde, Gris</p> <p>Personalización: Elección de colores y estampados</p> <p>Logística: Envíos gestionados por terceros, con tiempos de entrega entre 3-5 días hábiles.</p> <p>Cuidado: Lavar a máquina en ciclo delicado y secar al aire.</p> |
| Precio | \$120,000 COP |

| | |
|-------------------------------|--|
| Nombre del producto | Camiseta Marca Externa (Nike, Adidas, Puma) |
| Canal de venta | Ecommerce |
| Descripción técnica | Camiseta de marcas reconocidas como Nike, Adidas y Puma, fabricada en algodón y poliéster, con diseños deportivos y casuales. |
| Presentación Comercial | Disponible a través de una aplicación gratuita, accesible en cualquier dispositivo tecnológico (móviles, tablets, computadoras). |
| Especificaciones | <p>Composición: 60% algodón, 40% poliéster</p> <p>Tallas disponibles: S, M, L, XL</p> <p>Colores: Variados según la marca</p> <p>Logística: Envíos a cargo de empresas externas.</p> |





| | |
|---------------|--|
| | Cuidado: Lavar a máquina y secar a baja temperatura. |
| Precio | \$100,000 COP |





| | |
|-------------------------------|---|
| Nombre del producto | Buzo Marca Externa (Nike, Adidas, Puma) |
| Canal de venta | Ecommerce |
| Descripción técnica | Buzo de marcas como Nike y Adidas, fabricado con una mezcla de algodón y poliéster, con capucha y diseño ajustado. |
| Presentación Comercial | Disponible a través de una aplicación gratuita, accesible en cualquier dispositivo tecnológico (móviles, tablets, computadoras). |
| Especificaciones | Composición: 70% algodón, 30% poliéster Tallas disponibles: S, M, L, XL Colores: Variados según la colección de cada marca Logística: Envíos a cargo de un operador logístico. Cuidado: Lavar a máquina con agua fría y secar en secadora a baja temperatura. |
| Precio | \$120,000 COP |

| | |
|----------------------------|--|
| Nombre del producto | Conjunto Marca Externa (Nike, Adidas, Puma) |
| Canal de venta | Ecommerce |
| Descripción técnica | Conjunto deportivo de marcas externas, fabricado en poliéster y algodón, ideal para entrenamientos o uso casual. |

| | |
|-------------------------------|---|
| Presentación Comercial | Disponible a través de una aplicación gratuita, accesible en cualquier dispositivo tecnológico (móviles, tablets, computadoras). |
| Especificaciones | Composición: 65% poliéster, 35% algodón Tallas disponibles: S, M, L, XL Colores: Según la colección de la marca Logística: Envíos a cargo de empresas externas. Cuidado: Lavar a máquina en agua fría y secar a baja temperatura. |
| Precio | \$200,000 COP |


6.2 Canal

 **Lumber Jack**   


 Invitar miembros  Agregar contacto  Lumber...  Samuel

Productos [Administrar productos](#)


[Última actualización](#) [Agotado](#) [Oculto](#)




Conjunto de otras marcas
\$200.000,00
Disponible



Conjuntos
\$120.000,00
Disponible







Busos
\$90.000,00
Disponible



Camiseta
\$50.000,00
Disponible

Pagos [Ver los pagos](#)

 Inicio  Actividad  Agregar  Bandeja de entrada  Administrar

12. Canal 2 Sitio Web

6.3 Catálogo de venta

El catálogo de Lumber Jack sirve como una herramienta clave para presentar y promocionar sus productos de manera estructurada y atractiva. A través del catálogo, los clientes pueden ver la variedad de productos que ofrece la marca, como camisetas, buzos y conjuntos, con sus respectivas opciones de personalización. Además, muestra las características de cada prenda y los diseños exclusivos de la marca lo cual ayuda a crear una conexión entre la propuesta artística de la marca y el cliente.

El catálogo facilita la experiencia de compra, ya que permite a los clientes explorar las opciones disponibles, comparar estilos, precios y elegir las combinaciones de telas y diseños que más les gusten. Esto no solo mejora la visibilidad de la marca en el mercado, sino que también impulsa las ventas y contribuye a la fidelización del cliente al ofrecerle un recurso práctico y visual para su proceso de compra.

6.4 Sitio:



13. Usuario instagram.

<https://www.instagram.com/lumberjack.store999?igsh=bmJlMmM5bXlmY3dj>

6.5. Adecuaciones del producto para el mercado internacional

Para las Tallas y medidas la empresa decidió hacer unos ajustes en las tallas según los estándares locales de EE. UU. frente a tallas colombianas, debido a que esta población tiende a ser más grande y por ende los tallajes deben de ser más amplios para cumplir con los estándares del consumidor, para el tema de materiales el producto local sigue con las mismas características que el internacional debido a que Lumber Jack es una marca que posee altos estándares en calidad, en temas de etiquetado se harán adaptaciones en el idioma, todas las especificaciones de etiqueta se harán en ingles debido a que es el idioma

local de Estados Unidos, para el mercado internacional el precio aumentara según la matriz de costo con el fin de llegar al punto de equilibrio y no generar pérdidas, y esto también se hará según el poder adquisitivo del mercado objetivo y la competencia local, en este caso EE.UU

6.5.1. Instrucciones de Cuidado

Care Labeling Rule especifica que Se requiere que todos los productos de ropa incluyan una etiqueta con instrucciones de cuidado claras y precisas, las instrucciones deben ser fáciles de entender y seguir, utilizando términos estándar para el lavado, secado y planchado de la prenda.

Normas de Seguridad

Consumer Product Safety Improvement Act (CPSIA) especifica que Todos los productos deben cumplir con normas de seguridad que aseguren que no representen un peligro para los consumidores y que Incluye regulaciones sobre los materiales utilizados en la confección, especialmente en productos para niños.

Información sobre el País de Origen

Country of Origin Marking especifica que es obligatorio indicar el país de origen del producto en la etiqueta de la ropa, y debe estar claramente visible.

6.5.2 Etiquetado

En Estados Unidos, el empaque y etiquetado de productos de ropa están regidos por varias normas y regulaciones, principalmente por la Federal Trade Commission (FTC) y la Consumer Product Safety Commission (CPSC) cuyos estándares son:

Etiquetado de Composición Textil

Es obligatorio indicar la composición del tejido en términos de porcentaje de fibras, y las fibras deben ser identificadas por su nombre genérico ya sea algodón, poliéster u otro tipo de material, y las etiquetas deben incluir información sobre el país de origen del producto

Meléndrez-Acosta, V. (2018). Logística del comercio electrónico: cross docking, merge in transit, drop shipping y click and collect. *Científica*, 22(2), 105-112.

<https://doi.org/10.46842/ipn.cien.v22n2a03>

6.5.3 Posicionamiento de la Marca

Lumber Jack es una marca emergente en el mercado colombiano de moda, fundada en 2024. Actualmente, la marca no está posicionada de manera significativa, dado que es un emprendimiento reciente. Sin embargo, se está llevando a cabo un estudio de mercado para identificar las preferencias y tendencias de los consumidores en el sector de la ropa.

La empresa planea establecer una estrategia de posicionamiento que enfatice la personalización de productos y la conexión emocional con los consumidores a través del arte del fundador, un cantante. Además, es crucial que la marca esté registrada para proteger su identidad y evitar problemas legales. Se recomienda realizar el registro de la marca ante la Superintendencia de Industria y Comercio en Colombia, lo cual contribuirá a fortalecer su presencia en el mercado y facilitará futuras expansiones.

6.5.4 Sistemas de Mercadeo y Publicidad

Lumber Jack implementará un sistema de mercadeo digital, aprovechando plataformas en línea y redes sociales para promocionar sus productos. Las estrategias incluirán:

Redes Sociales: Campañas en Instagram y Facebook para llegar a un público más joven, utilizando anuncios pagados y publicaciones orgánicas que destaquen los diseños únicos y la personalización de las prendas.

Influencer Marketing: Colaboraciones con influencers y creadores de contenido en el ámbito de la moda para aumentar la visibilidad y credibilidad de la marca.

Publicidad Digital: Utilización de Google Ads para alcanzar a consumidores potenciales que buscan productos de moda específicos.

Contenido Visual: Producción de videos promocionales que resalten el proceso de personalización y el valor del arte del fundador, distribuido a través de YouTube y TikTok.

6.5.5 Contactos Comerciales

Para fortalecer la red de producción y maximizar el alcance del ecommerce, Lumber Jack buscará establecer contactos comerciales con distribuidores de telas clave en Colombia.

Estos contactos incluirán:

Lafayette: Proveedor reconocido por su calidad en telas de algodón, crucial para la producción de las camisetas y prendas de la marca propia.

Tex Fit.: Distribuidor que ofrece una amplia gama de telas, lo que permitirá a Lumber Jack diversificar sus materiales y mantener un estándar de calidad en sus productos.

6.5.6 Acuerdos Comerciales

Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos: Este acuerdo permite el acceso preferencial a una variedad de productos textiles y de confección, lo cual puede beneficiar a Lumber Jack si decide importar telas de EE. UU. para sus productos.

Alianza del Pacífico: Este acuerdo comercial entre Colombia, México, Chile y Perú proporciona beneficios arancelarios y facilita el comercio de bienes, lo cual podría ser útil si Lumber Jack decide expandirse en estos mercados.

6.5.7 Tratamiento Arancelario

En virtud de los acuerdos mencionados, el tratamiento arancelario para las importaciones de productos textiles a Colombia varía. Generalmente, las tasas arancelarias para la importación de telas varían entre el 0% y el 20%, dependiendo del tipo de material. Por ejemplo, las telas de algodón pueden tener un arancel del 0% bajo el TLC con EE. UU.

Adicionalmente, los importadores deben pagar el IVA (Impuesto al Valor Agregado) del 19% sobre el valor CIF (costo, seguro y flete) de las mercancías.

Lumber Jack puede beneficiarse de un tratado arancelario de dos formas, primero, a través de la reducción de costos en importación y exportación. Al importar prendas de marcas reconocidas de países con los que Colombia tiene Tratados de Libre Comercio (TLC), como Estados Unidos, los aranceles se pueden reducir o incluso eliminar, siempre que los productos cumplan con las normas de origen establecidas en el acuerdo. Esto reduce el

costo final de cada prenda, lo que permite ofrecer precios más competitivos y mejorar el margen de ganancia.

Segundo, un tratado arancelario facilita el acceso a nuevos mercados al reducir los costos de exportación, permitiendo a Lumber Jack vender sus productos en países de la Alianza del Pacífico (como México, Perú y Chile) sin enfrentar aranceles elevados. La simplificación de los procesos aduaneros que suelen incluir estos tratados ayuda a la empresa a acelerar la distribución y entrega de productos, optimizando su logística internacional.

6.5.8 Cupos

Colombia no impone cuotas específicas para la importación de telas, lo que significa que no hay límites en la cantidad que puede ingresar al mercado, siempre y cuando se cumplan con los requisitos arancelarios y de calidad establecidos.

6.5.9 Licencias

Para la importación de productos textiles, no se requieren licencias especiales si los productos cumplen con la normativa vigente. Sin embargo, es fundamental asegurarse de que las mercancías cumplan con los estándares de calidad y seguridad.

6.5.11 Requisitos Técnicos

Los productos deben cumplir con las normas de confección y diseño establecidas por el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC).

Además de pruebas de resistencia y durabilidad ya que los textiles deben someterse a pruebas que garanticen su resistencia al desgaste y al lavado.

6.5.12 Puertos de entrada

Para optimizar el proceso de importación y entrega de los productos de Lumber Jack, se utilizará el servicio de transporte puerta a puerta de DHL Express. Este servicio garantiza que las prendas lleguen directamente al destino final sin necesidad de que Lumber Jack gestione intermediarios aduaneros adicionales o puntos de recogida específicos.

En el país de destino, el servicio de DHL también incluye la gestión de aduanas y la entrega directa a la dirección final indicada por el cliente, asegurando una experiencia de compra fluida y sin complicaciones para los clientes internacionales de Lumber Jack.

7.1 Promoción

Redes Sociales

Estrategia: Utilizar plataformas como Instagram, Facebook y TikTok para construir una comunidad en torno a la marca. Las redes sociales son clave para interactuar con el público objetivo, compartir contenido visual atractivo y promocionar productos.

Actividades:

- Publicar fotos y videos de los productos, detrás de cámaras de la producción y testimonios de clientes.
- Colaborar con influencers locales y nacionales del ámbito de la moda para aumentar el alcance y la credibilidad de la marca.
- Ofrecer descuentos exclusivos para seguidores en redes sociales, fomentando el engagement y la lealtad de los clientes.

Ecommerce

Estrategia: Optimizar el sitio web de ecommerce para una experiencia de usuario fluida y atractiva. Incorporar técnicas de SEO y SEM para aumentar la visibilidad en motores de búsqueda.

Actividades:

- Enviar boletines informativos con novedades, promociones y contenido relevante para mantener el interés de los clientes.
- Utilizar anuncios pagados en Google Ads y redes sociales para dirigir tráfico hacia la tienda online y captar nuevos clientes.

Ferias

Estrategia: Participar en ferias de emprendimiento, como la feria de la Universidad Católica Luis Amigó, para interactuar directamente con el público y generar interés en la marca.

Actividades:

- Diseñar un stand atractivo donde los visitantes puedan ver y probar los productos. Incluir un área para que los visitantes puedan registrarse y recibir información adicional.
- Ofrecer descuentos exclusivos durante la feria para incentivar las ventas inmediatas y recolectar información de contacto para futuras promociones.

7.2 Plaza – Canales

Canal Principal: Ecommerce

La tienda online será el canal principal de distribución. Los clientes podrán acceder a una plataforma intuitiva y fácil de usar, donde podrán navegar por diferentes categorías de productos, personalizar prendas y realizar compras de manera segura.

La plataforma se adaptará a diferentes dispositivos, incluyendo móviles y tabletas, para garantizar una experiencia de usuario óptima.

Se ofrecerán múltiples métodos de pago, incluyendo tarjetas de crédito, débito, y opciones como PSE y PayPal, para facilitar las transacciones.

Establecer alianzas con empresas de logística para garantizar envíos rápidos y seguros. Ofrecer opciones de entrega a domicilio y recogida en puntos de venta, si es pertinente.

8. Medición del Potencial Exportador

8.1 Inteligencia de Mercados

La medición del potencial exportador de Lumber Jack se fundamenta en la identificación de oportunidades y amenazas en los mercados internacionales. Utilizando datos de Legiscomex y Trade Map, se realizó un análisis comparativo de cuatro mercados potenciales: Estados Unidos, México, Chile y Perú. Este análisis reveló que Estados Unidos presenta un alto potencial de demanda y rentabilidad, aunque también enfrenta una intensa competencia, con un mercado que representa aproximadamente \$100 mil millones de dólares anuales en el sector textil. Por otro lado, México y Chile también destacan por su atractivo, con buenas oportunidades de rentabilidad y un nivel moderado de competencia; el mercado textil en México, por ejemplo, tiene un valor estimado de \$15 mil millones de dólares anuales, mientras que en Chile asciende a \$6 mil millones. Sin embargo, Perú

presenta un menor potencial de demanda, con un mercado textil de aproximadamente \$3 mil millones, lo que lo convierte en un mercado menos prioritario.

Los criterios para la selección de mercados se definieron en función de la demanda del consumidor, nivel de competencia, accesibilidad y estabilidad económica. Estos factores se eligieron por su impacto directo en la viabilidad y rentabilidad de la entrada de Lumber Jack en cada mercado, tomando en cuenta estudios de tendencias y estadísticas de mercado. Por ejemplo, el potencial de demanda se evaluó en una escala del 1 al 5 basado en los datos obtenidos a través de Trade Map, donde Estados Unidos obtuvo una calificación de 4.5 debido a su alto consumo y la tendencia creciente hacia productos de moda sostenible y personalizada. México y Chile recibieron puntuaciones de 4.0 y 3.8 respectivamente, debido a sus niveles de demanda sostenibles y las barreras moderadas de entrada. Perú, en cambio, obtuvo una puntuación de solo 2.0 debido a su mercado relativamente pequeño y menor demanda de productos personalizados.

Esta información es vital para que Lumber Jack pueda enfocar sus esfuerzos en mercados donde sus productos puedan tener un mayor impacto. Se concluyó que la selección de mercados debe basarse en aquellos con alta demanda de productos de moda sostenible y personalizada, acceso relativamente fácil y un entorno económico estable que favorezca el crecimiento. En cuanto a las oportunidades, se identificó que el crecimiento de la moda sostenible y personalizada está en auge, con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) de 6% en América del Norte y 4.5% en América Latina, lo que representa una oportunidad significativa para Lumber Jack al ingresar a estos mercados. No obstante, se deben considerar las amenazas como la competencia intensa y las regulaciones locales que pueden complicar el proceso de entrada, especialmente en Estados Unidos, donde los aranceles y normas de importación pueden incrementar los costos hasta en un 15% del valor de las mercancías importadas.

| HS6 | Product Code | Product Label | Colombia's exports to United States of America | | | | United States of America's imports from world | | | | Colombia's exports to world | | | |
|------|--------------|--|--|--|---------------------------|---------------|---|--|---------------------------|---------------|-----------------------------|--|---------------------------|---------------|
| | | | Value in 2023, USD thousand | Annual growth in value between 2019-2023, % p.a. | Quantity exported in 2023 | Quantity unit | Value in 2023, USD thousand | Annual growth in value between 2019-2023, % p.a. | Quantity exported in 2023 | Quantity unit | Value in 2023, USD thousand | Annual growth in value between 2019-2023, % p.a. | Quantity exported in 2023 | Quantity unit |
| 6110 | | Jerseys, pullovers, cardigans, waistcoats and similar articles, knitted or crocheted (excl. ...) | 18,413 | 21 | 275 | Tons | 13,355,568 | 1 | 742,396 | Tons | 26,004 | 16 | 506 | Tons |
| 6109 | | T-shirts, singlets and other vests, knitted or crocheted | 17,885 | 8 | 532 | Tons | 6,931,007 | 7 | 531,206 | Tons | 49,543 | 18 | 1,522 | Tons |
| 6112 | | Track-suits, ski-suits and swimwear, knitted or crocheted | 13,052 | 14 | 118 | Tons | 736,371 | 1 | 25,797 | Tons | 21,667 | 8 | 202 | Tons |

14. Consulta Trade Map.

| HS6 | Product Code | Product Label | Value in 2023, USD thousand | Annual growth in value between 2019-2023, % p.a. | Quantity exported in 2023 | Quantity unit | Value in 2023, USD thousand | Annual growth in value between 2019-2023, % p.a. | Quantity exported in 2023 | Quantity unit | Value in 2023, USD thousand | Annual growth in value between 2019-2023, % p.a. | Quantity exported in 2023 | Quantity unit |
|------|--------------|---|-----------------------------|--|---------------------------|---------------|-----------------------------|--|---------------------------|---------------|-----------------------------|--|---------------------------|---------------|
| 6109 | | T-shirts, singlets and other vests, knitted or crocheted | 7,953 | 42 | 301 | Tons | 94,181 | 10 | 4,218 | Tons | 49,543 | 18 | 1,522 | Tons |
| 6108 | | Women's or girls' slips, petticoats, briefs, panties, nightdresses, pyjamas, négligés, bathrobes, ... | 3,928 | -1 | 135 | Tons | 18,717 | 7 | 1,226 | Tons | 24,263 | 6 | 623 | Tons |
| 6104 | | Women's or girls' suits, ensembles, jackets, blazers, dresses, skirts, divided skirts, trousers, ... | 3,232 | 14 | 145 | Tons | 41,754 | 9 | 2,433 | Tons | 18,508 | -3 | 496 | Tons |

15. Consulta trade map

8.2 Preselección de mercados a estudiar

Según cifras de PROCOLOMBIA y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, entre enero y noviembre de 2022 el sector textil registró exportaciones por valor de US\$962,6 millones -un incremento del 6,5% con respecto al mismo periodo del año anterior-, siendo Estados Unidos, Ecuador, México, Perú, Costa Rica, Chile, Guatemala, Brasil, Panamá y Venezuela los principales compradores.

Con base a los datos de PROCOLOMBIA y como se mencionó en puntos anteriores, Lumber Jack aprovechará la participación de Colombia en acuerdos de libre comercio (TLC), ya que ofrece beneficios como la reducción o eliminación de aranceles, lo que facilita el acceso a mercados estratégicos. Entre los mercados clave a considerar, Estados Unidos, México y Chile forman parte de acuerdos importantes como el TLC con Colombia. Estos tratados ofrecen un entorno favorable para las exportaciones al reducir las barreras arancelarias y mejorar la competitividad de las empresas colombianas.

El Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos, en vigor desde mayo de 2012, ha permitido la eliminación de aranceles para la mayoría de los productos colombianos que ingresan al mercado estadounidense, incluyendo el sector textil y

confecciones. Esto representa una ventaja clave para Lumber Jack, ya que puede exportar sus productos sin pagar aranceles, siempre que cumplan con las reglas de origen establecidas en el acuerdo. Además, el TLC incluye disposiciones sobre protección de la propiedad intelectual, facilitación del comercio y medidas de acceso a mercados, lo que ha fortalecido el comercio bilateral entre ambos países. Estados Unidos es el mayor socio comercial de Colombia, y este acuerdo ha incrementado las oportunidades de exportación en varios sectores, incluyendo el de moda y confección.

Colombia y México forman parte del Tratado de Libre Comercio del Grupo de los Tres (G3), que incluye a Venezuela, aunque este último suspendió su participación. El acuerdo con México ha estado en vigor desde 1995, y más del 95% de los productos intercambiados entre ambos países gozan de acceso libre de aranceles, lo que incluye productos del sector textil y de la moda. Este TLC ha facilitado el comercio bilateral al eliminar barreras tarifarias y promover un comercio más fluido, lo que ofrece grandes oportunidades para Lumber Jack al ingresar al mercado mexicano. México es una de las principales economías de América Latina, y el TLC con Colombia simplifica el acceso, no solo por las preferencias arancelarias, sino también por la afinidad cultural y comercial que comparten ambos países.

Por último, el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Chile, que entró en vigor desde mayo de 2009, forma parte de un conjunto de acuerdos que buscan consolidar la integración económica en la región. Este acuerdo permite el libre comercio de prácticamente todos los bienes y servicios entre ambos países, eliminando aranceles para más del 98% de los productos. Para Lumber Jack, esto representa una ventaja competitiva al ingresar al mercado chileno, ya que no enfrentará barreras arancelarias significativas. Además, Colombia y Chile forman parte de la Alianza del Pacífico, lo que refuerza la cooperación comercial y económica. Chile, con una economía estable y un sistema logístico eficiente, es un mercado accesible para los productos colombianos, incluidos los textiles y confecciones.

8.3 Priorización de mercados

Lumber Jack identificó las variables más relevantes para priorizar los países según las características del sector de la moda y las necesidades específicas de la empresa, para

realizar una ponderación del 1 al 5 a cada variable, donde 1 indica baja afinidad o dificultades en ese aspecto y 5 representa una oportunidad favorable.

Para esto, se consideró la similitud cultural, ya que facilita la entrada al mercado, debido a que los consumidores tienden a ser más receptivos a productos con los que se identifican. Por ejemplo, países con afinidades culturales en términos de estilo de moda o hábitos de consumo.

También el nivel de competencia en cada mercado. Los países con menor competencia ofrecen una mayor oportunidad para captar mercado, mientras que en los mercados con competencia intensa será necesario aplicar estrategias diferenciadoras.

Además, los acuerdos de libre comercio y las preferencias arancelarias juegan un papel fundamental en la reducción de costos de entrada. Países con acuerdos como el TLC con Estados Unidos y México son atractivos debido a la eliminación o reducción de aranceles.

Por último, la infraestructura de transporte, tanto en términos de logística interna como de conectividad internacional, influye en la capacidad de distribuir los productos de manera eficiente.

Aunque Estados Unidos presenta una competencia alta, ofrece grandes ventajas en términos de preferencias arancelarias y destino actual de exportaciones. La demanda es alta y hay afinidades comerciales con el sector de la moda. Es un mercado que requiere estrategias competitivas, pero su rentabilidad potencial lo hace atractivo.

Por su parte México tiene una afinidad cultural significativa y menores barreras de entrada gracias a la Alianza del Pacífico. La competencia es moderada, lo que lo convierte en un mercado prometedor para Lumber Jack, especialmente si se tiene en cuenta la proximidad geográfica y la buena conectividad en términos de transporte.

Y, aunque Chile es un mercado más pequeño y con menor demanda, la competencia baja y las preferencias arancelarias lo hacen atractivo para una entrada más controlada. Las exigencias de entrada son bajas, lo que facilita el acceso, aunque la logística puede ser un reto mayor comparado con México o Estados Unidos.

| Variable | Estados Unidos | México | Chile |
|---------------------------------|----------------|--------|-------|
| Afinidad cultural | 3.5 | 4.5 | 4.0 |
| Destino actual de exportaciones | 5.0 | 4.5 | 3.5 |
| Competencia | Alta | Media | Baja |
| Preferencias arancelarias | 5.0 | 4.5 | 4.0 |
| Disponibilidad de transporte | 4.5 | 4.0 | 3.5 |
| Exigencias de entrada | Moderada | Baja | Baja |

16. Ejercicio de ponderación de mercados

8.4 Análisis Comparativo de los Mercados Estudiados

El análisis comparativo de los mercados seleccionados (Estados Unidos, México, y Chile) se basa en la evaluación de cinco factores clave que son determinantes para la expansión internacional de Lumber Jack. Estos factores se influyen según su relevancia para la empresa y su impacto en el sector de la moda. El objetivo es comparar los países en función de su competitividad y oportunidades para priorizar el mejor mercado.

Estados Unidos tiene una población de 333 millones, posicionándose, así como uno de los países más poblados del mundo con 34 habitantes por Km².

El PIB per cápita es un buen indicador del nivel de vida. En 2023, el de Estados Unidos fue de 83,861 USD, lo que refleja un alto nivel de vida para sus habitantes, situándolo en el puesto 9 de un total de 196 países en el ranking de PIB per cápita.

México, con una superficie de 1,964,375 km² y una población de 126.7 millones de personas, es un país grande y densamente poblado, con 65 habitantes por km². En 2023, su

PIB per cápita fue de 14,119 USD, colocándolo en el puesto 66 del ranking. Aunque México tiene una economía importante, el nivel de vida de sus habitantes es bajo en comparación con otros países, además de que el salario promedio en México es uno de los más bajos del mundo.

Por su parte, Chile, con una población de 19.5 millones de personas y una densidad de 26 habitantes por km², ocupa el puesto 64 en términos de población. Su PIB per cápita en 2023 fue de 17,213 USD, posicionándolo en el puesto 62 del ranking mundial. Aunque presenta un PIB per cápita superior al de México, el nivel de vida sigue siendo bajo comparado con otras economías del mundo.

En conclusión, Estados Unidos sigue siendo el mercado más atractivo para Lumber Jack debido a su gran tamaño de mercado, poder adquisitivo, acceso facilitado por el TLC, y demanda creciente por productos de moda personalizada. Sin embargo, la alta competencia es un desafío importante.

Por su parte México es un mercado prometedor con acceso favorable, barreras bajas y una afinidad cultural con Colombia que facilita la penetración. Aunque la competencia es moderada, las oportunidades de crecimiento son significativas.

Finalmente, Chile es un mercado de menor tamaño, pero con menos competencia y barreras arancelarias bajas gracias a la Alianza del Pacífico. Es un mercado interesante para una entrada controlada y progresiva.

8.5 Síntesis de la Inteligencia de Mercados

Después del estudio de mercados realizado por Lumber Jack, definió por mercado objetivo principal a Estados Unidos debido a su gran tamaño, alto poder adquisitivo y el fuerte interés en moda personalizada y sostenible. El acceso facilitado por el TLC y la alta demanda en el sector de moda hacen que sea el mercado más viable para la expansión. Aunque la competencia es alta, la marca puede diferenciarse a través de la personalización y el enfoque en moda ética.

México se identifica como el mercado alternativo, ya que ofrece acceso arancelario favorable a través del TLC y una afinidad cultural que facilita la penetración de la marca. Aunque el mercado es algo competitivo, la demanda por productos personalizables y sostenibles está

en crecimiento. La cercanía geográfica y los bajos costos de transporte también son factores clave.

Por último, Chile es el mercado contingente. Aunque es más pequeño, presenta baja competencia y acceso arancelario favorable. Es un mercado en crecimiento para la moda sostenible y personalizada, lo que lo convierte en una opción viable en caso de no poder ingresar de manera efectiva a Estados Unidos o México.

8.6 Análisis de la Competencia Local e Internacional

En Estados Unidos marcas como H&M, Zara, y Nike dominan el mercado, tanto a nivel de moda rápida como de personalización de prendas. Estas marcas tienen un fuerte reconocimiento, amplio catálogo y una capacidad logística avanzada.

En México el mercado está fuertemente influenciado por marcas internacionales como Levi's, Adidas, y Bershka, pero también hay marcas locales como Julio y Cuidado con el Perro, que ofrecen opciones de moda a precios más accesibles.

En Chile, la competencia local es menor, pero marcas internacionales como H&M y Falabella tienen una fuerte presencia en el sector de moda. El mercado está más abierto a nuevas marcas de moda, especialmente aquellas que ofrecen productos personalizados o sostenibles.

Para penetrar en estos mercados, Lumber Jack puede optar por varias estrategias como asociarse con marcas locales o distribuidores establecidos, ya que puede facilitar la entrada. En Estados Unidos, colaboraciones con influencers o tiendas de moda alternativa podrían posicionar la marca en un nicho de mercado. En México y Chile, trabajar con plataformas de e-commerce populares (como Mercado Libre) podría aumentar la visibilidad y penetración. También, focalizarse en campañas de marketing digital personalizadas, utilizando redes sociales e influencers locales, será clave para diferenciar a Lumber Jack en mercados donde la personalización y la sostenibilidad son valoradas.

Es esencial analizar qué productos están siendo ofrecidos por la competencia, su participación en el mercado y cómo distribuyen sus productos, ya que, por ejemplo, en Estados Unidos, la moda personalizada y sostenible está en auge, con empresas como

Custom Ink y Threadless que permiten la personalización de camisetas y ropa casual. Estas empresas tienen una buena participación en el nicho de personalización.

Por otra parte, en México, marcas de moda rápida como Zara tienen una participación importante, mientras que, en Chile, el e-commerce ha crecido significativamente en los últimos años, y la competencia en moda personalizada es menor, lo que representa una oportunidad para Lumber Jack.

En Estados Unidos, los precios de camisetas oscilan entre \$25 a \$40 USD en plataformas como Threadless o TeeSpring. En México, las camisetas de marcas como Levi's o Cuidado con el Perro cuestan alrededor de 15 a \$25 USD, mientras que, en Chile, los precios están entre \$20 y \$35 USD.

A su vez, en Estados Unidos, las sudaderas personalizadas se venden entre \$40 y \$60 USD. En México, los buzos de marcas locales e internacionales cuestan entre \$25 y \$40 USD, y en Chile, los precios son ligeramente más altos, de \$30 a \$50 USD.

Lumber Jack segmentará a los consumidores finales según varios criterios clave. En Estados Unidos, se enfocará en jóvenes adultos de ingresos medios y altos (18-35 años), ubicados en ciudades como Nueva York y Los Ángeles, con afinidad por la moda personalizada. En México y Chile, el enfoque será en jóvenes de ingresos medios (18-30 años), particularmente en ciudades como Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, Santiago y Valparaíso. Los precios estarán ligeramente por debajo de las marcas de alta gama, destacando la personalización. Además, Lumber Jack aprovechará temporadas clave de compras, como el "Black Friday" en Estados Unidos, el "Buen Fin" en México y las ventas de verano y navidad en Chile.

| Marca | Página web |
|--------------|---|
| H&M | hm.com |
| ZARA | https://www.zara.com/us/en/woman-mkt1000.html |
| Nike | https://www.nike.com/xl/ |
| Levi's | Jeans y Ropa Levi's® México |

| | |
|----------------------|--|
| Cuidado con el perro | <u>Cuidado Con el Perro - Compra en la mejor tienda en línea</u> |
| Falabella | <u>falabella.com Todo lo que necesitas en un solo lugar</u> |

9. Gestión Logística de ventas al mercado internacional



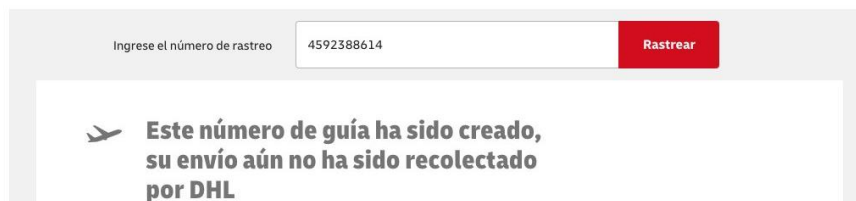
17. Cadena de logística Lumber Jack, elaboración propia.

1. **Recepción de Pedidos:** Los pedidos se reciben a través de la plataforma ecommerce de Lumber Jack, donde los clientes pueden elegir, personalizar sus productos y elegir las opciones de envío. La plataforma está integrada con herramientas de gestión de inventarios y envíos para asegurar una transición fluida del pedido hacia el procesamiento logístico.
2. **Producción y Preparación:** Una vez recibido el pedido, si el cliente ha optado por personalización, el diseño se envía directamente a los talleres de confección

subcontratados, los cuales producen bajo demanda para minimizar el inventario acumulado. Los productos estándar y las prendas de marcas externas se despachan desde el inventario almacenado en la bodega principal en Medellín.

3. Envío: Lumber Jack trabaja con operadores logísticos que ofrecen servicios de transporte rápido y seguro a nivel local, nacional y global. La selección del operador depende del destino, el tiempo de entrega esperado y el costo de envío. Estos operadores manejan tanto los envíos aéreos como marítimos, dependiendo de los plazos y la eficiencia en cada mercado.
4. Seguimiento del Envío: Los clientes reciben un número de seguimiento una vez que el producto ha sido despachado, lo que les permite monitorear el estado de su pedido en tiempo real hasta la entrega. Esto forma parte del compromiso de Lumber Jack para garantizar la transparencia y la satisfacción del cliente.

RASTREO: EXPRESS



The image shows a web interface for tracking a DHL Express shipment. At the top, there is a search bar with the placeholder text "Ingrese el número de rastreo" and the tracking number "4592388614" entered. To the right of the search bar is a red button labeled "Rastrear". Below the search bar, there is a message: "Este número de guía ha sido creado, su envío aún no ha sido recolectado por DHL", accompanied by a small airplane icon.

18. Imagen de referencia envío DHL

5. Entrega Final y Servicio Postventa: Los productos se entregan directamente al cliente final. Lumber Jack se asegura de mantener comunicación postventa para garantizar que el cliente esté satisfecho con su compra y gestionar posibles devoluciones o cambios, en caso de ser necesarios.



El pedido llegó en perfectas condiciones mil gracias

Es con todo el gusto, estamos para servirte! 🙌

19. Referencia de comunicación post venta

10. Gestión financiera

La matriz de costos fijos de Lumber Jack incluye conceptos esenciales para el funcionamiento mensual del negocio, sumando un total de \$2,655,798 COP. Los gastos más significativos son los salarios (\$1,400,000 COP) y el alquiler de bodega (\$700,000 COP), que asegura el espacio para el almacenamiento y gestión de inventario. Otros costos clave son los servicios públicos e internet (\$200,000 COP) y plataformas digitales (\$200,000 COP), necesarias para mantener la operación del ecommerce y la gestión de pedidos. Además, la empresa tiene una cuota mensual de préstamo bancario de \$155,798 COP, que ayuda a financiar la inversión inicial del negocio.

Por otro lado, los costos variables mensuales están asociados a la producción y logística de las prendas, lo que permite adaptar el gasto según el volumen de ventas. Los costos de materiales y producción varían según el tipo de prenda: las camisetas tienen un costo total de \$20,000 COP, los buzos \$50,000 COP y los conjuntos \$75,000 COP, incluyendo materiales y producción. Logística y marketing también forman parte de los costos variables, con un costo adicional de \$10,000 COP por prenda para embalaje y envío, y \$100,000 COP destinados a campañas de marketing. Adicionalmente, se establecen tarifas de distribución, como \$7,000 COP para Medellín y su área metropolitana, \$12,000 COP a nivel nacional y \$20 USD para envíos internacionales, permitiendo flexibilidad en la comercialización y expansión de la marca.

Costos fijos mensuales

| Concepto | Valor (COP) |
|-------------------------------|--------------------|
| Salarios | \$1.400.000 |
| Servicios públicos + internet | \$200.000 |
| Plataformas digitales | \$200.000 |
| Alquiler bodega | \$700.000 |
| Cuota préstamo Bancario | \$155.798 |
| Total, CF | \$2.655.798 |

Costos variables mensuales

| Concepto | Valor (COP) por prenda |
|---|---|
| Costo de materiales | Camisetas: \$15.000 Buzos: \$40.000 Conjuntos: \$60.000 |
| Costo de producción | Camisetas: \$5.000 Buzos: \$10.000 Conjuntos: \$15.000 |
| Logística (embalaje, envío y manejo) | \$10.000 |
| Marketing | \$100.000 por campaña |
| Camisetas marcas externa | \$65.000 |
| Buzos y conjuntos marcas externas | \$120.000 |
| Domicilio Medellín y área metropolitana | \$7.000 |
| Envío nacional | \$12.000 |
| Envío internacional | \$20 USD |

10.2 Financiación

Tasa fija - Cuota fija [?]

Por un crédito de:
\$ 5,000,000

Pagarías 48 cuotas mensuales por un valor aproximado de

\$155,798

Tasas y tarifas [?]



Tasa mes vencido [?] 1.78%

Seguro de vida [?] \$6,450

20. Proyección cuotas préstamo Bancolombia

| MONTO | \$ 5,000,000 | | | | |
|-----------------|--------------|-----------|------------|--------------|--|
| TASA DE INTERÉS | 1.78% | | MV | | |
| PLAZO | 48 | | Meses | | |
| MES | CUOTA | INTERESES | CAPITAL | SALDO | |
| 1 | \$ 155,798 | \$ 89,000 | \$ 66,798 | \$ 5,000,000 | |
| 12 | \$ 155,798 | \$ 74,692 | \$ 81,105 | \$ 4,196,000 | |
| 24 | \$ 155,798 | \$ 55,567 | \$ 100,230 | \$ 3,121,764 | |
| 36 | \$ 155,798 | \$ 31,932 | \$ 123,865 | \$ 1,793,968 | |
| 48 | \$ 155,798 | \$ 2,724 | \$ 153,073 | \$ - | |

21. Plan de pagos prestamo

13.1 Estado de resultado proyectado

| Año | Ingresos (COP) | Costos de Ventas (40%) | Utilidad Bruta | Gastos Operativos | Utilidad Operativa | Impuestos (20%) | Utilidad Neta |
|------|----------------|------------------------|----------------|-------------------|--------------------|-----------------|---------------|
| 2025 | \$ 71,748,280 | \$ 28,699,312 | \$ 43,048,968 | \$ 12,000,000 | \$ 31,048,968 | \$ 6,209,794 | \$ 24,839,174 |
| 2026 | \$ 78,923,108 | \$ 31,569,243 | \$ 47,353,865 | \$ 13,200,000 | \$ 34,153,865 | \$ 6,830,773 | \$ 27,323,092 |
| 2027 | \$ 86,815,419 | \$ 34,726,168 | \$ 52,089,251 | \$ 14,520,000 | \$ 37,569,251 | \$ 7,513,850 | \$ 30,055,401 |
| 2028 | \$ 95,496,961 | \$ 38,198,784 | \$ 57,298,177 | \$ 15,972,000 | \$ 41,326,177 | \$ 8,265,235 | \$ 33,060,942 |

22. Estado de resultado. Elaboración propia

13.2 Flujo de efectivo

| Año | Ingresos de Efectivo (COP) | Salidas de Efectivo (COP) | Flujo Neto de Efectivo (COP) | Saldo Acumulado de Efectivo (COP) |
|------|----------------------------|---------------------------|------------------------------|-----------------------------------|
| 2025 | \$ 71,748,280 | \$ 40,699,312 | \$ 31,048,968 | \$ 31,048,968 |
| 2026 | \$ 78,923,108 | \$ 44,769,243 | \$ 34,153,865 | \$ 65,202,833 |
| 2027 | \$ 86,815,419 | \$ 49,246,168 | \$ 37,569,251 | \$ 102,772,084 |
| 2028 | \$ 95,496,961 | \$ 54,170,784 | \$ 41,326,177 | \$ 144,098,261 |

23. Flujo de efectivo. Elaboración propia

13.3 Cálculo de la TIR – TREMA

| Año | Ingresos de Efectivo (COP) | Salidas de Efectivo (COP) | Flujo Neto de Efectivo (COP) | Saldo Acumulado de Efectivo (COP) |
|-------|----------------------------|---------------------------|------------------------------|-----------------------------------|
| 2025 | \$ 71,748,280 | \$ 40,699,312 | \$ 31,048,968 | \$ 31,048,968 |
| 2026 | \$ 78,923,108 | \$ 44,769,243 | \$ 34,153,865 | \$ 65,202,833 |
| 2027 | \$ 86,815,419 | \$ 49,246,168 | \$ 37,569,251 | \$ 102,772,084 |
| 2028 | \$ 95,496,961 | \$ 54,170,784 | \$ 41,326,177 | \$ 144,098,261 |
| TREMA | 10% | TIR | 28% | |
| | | VPN | 97,905,339 | |

24. Cálculo TIR. Elaboración propia

13.5 Periodo de recuperación

Dado que en el primer año (2025) el flujo neto es de \$31,048,968, la inversión inicial de \$15,000,000 se recupera en ese año, indicando un periodo de recuperación de menos de un año.

14. Conclusiones

1. Lumber Jack se presenta como una marca innovadora dentro del sector de la moda, ofreciendo un modelo de negocio de ecommerce con un enfoque diferencial. La propuesta de valor incluye no solo productos exclusivos asociados al estilo y arte de Samuel, su fundador, sino también una función única para que los clientes puedan diseñar sus propias prendas. Esta personalización permite a los consumidores tener una experiencia de compra única, generando una mayor conexión emocional con la marca.

2. Lumber Jack ha sido diseñado para adaptarse a las tendencias de consumo en el mercado de moda actual, que demandan personalización, exclusividad y accesibilidad online. La empresa se beneficia de un modelo ágil, que le permite responder rápidamente a las preferencias de los clientes y a los cambios en el mercado, garantizando así su relevancia y competitividad.
3. Las proyecciones de ventas, con un crecimiento anual del 10% en los próximos años, demuestran un plan de expansión sólido y realista, respaldado por un análisis detallado del mercado y una estructura de costos bien definida. Este crecimiento permitirá a la empresa alcanzar un volumen de ventas que cubrirá los costos fijos y variables, permitiendo la reinversión en áreas clave como el marketing digital y la mejora de la plataforma ecommerce.
4. El enfoque de Lumber Jack hacia la internacionalización refleja la visión ambiciosa de la marca. Aprovechando los tratados arancelarios y acuerdos comerciales, la marca puede acceder a mercados extranjeros con costos de importación reducidos, haciendo sus productos más competitivos a nivel global. Además, el uso de un modelo de entrega puerta a puerta a través de DHL garantiza un proceso logístico eficiente y confiable para los clientes internacionales, posicionando a Lumber Jack como una marca de alcance global.

15. Bibliografía

Inicio | MINCIT - Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s. f.).

<https://www.mincit.gov.co/inicio>

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN. (s. f.). <https://www.dian.gov.co/>

International Trade Centre (ITC). (s. f.). *Trade Map - Trade statistics for international business development.* Copyright © 2008-2014 International Trade Centre. All Rights Reserved. <https://www.trademap.org/Index.aspx>

¿Qué es el E-Commerce? Definición de E-Commerce | Mailchimp. (s. f.). Mailchimp.

<https://mailchimp.com/es/marketing-glossary/e-commerce/>

We are the Nation's first line of defense - CIA. (s. f.). <https://www.cia.gov/>

TRADING ECONOMICS / 20 million INDICATORS FROM 196 COUNTRIES. (s. f.).

<https://tradingeconomics.com/>

16. Anexos

Catálogo Lumber Jack

https://drive.google.com/drive/folders/105BJZzLC4gnC7RkFJ6fYaOz8yOSE_S9o?usp=sharing