

**PLAN DE NEGOCIOS PARA EL PROYECTO REVOLUTION FIT**

**PROYECTO DE GRADO**

**PRESENTADO POR:**

**KEVIN BAYRON PERLAZA GALVIS  
CRISTIAN EDUARDO CRUZ CALDERÓN  
JORGE ANDRÉS GARCÍA SÁNCHEZ**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y  
FINANCIERAS  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES  
PEREIRA, COLOMBIA  
2017**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA EL PROYECTO REVOLUTION FIT**

**PROYECTO DE GRADO**

**PRESENTADO POR:**

**KEVIN BAYRON PERLAZA GALVIS  
CRISTIAN EDUARDO CRUZ CALDERÓN  
JORGE ANDRÉS GARCÍA SÁNCHEZ**

**PRESENTADO A:**

**DIRECCIÓN DE UNIDAD DE EMPRENDIMIENTO**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y  
FINANCIERAS  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES  
PEREIRA, COLOMBIA  
2017**

## Tabla de contenido

<b>1. CÁPSULA RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	1
<b>1.1. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO</b> .....	1
<b>1.2. MERCADOS Y POTENCIAL DEL MERCADO A ATENER EN CIFRAS</b> .....	1
<b>1.3. VENTAJA COMPETITIVA</b> .....	2
<b>1.4. EQUIPO EMPRENDEDOR</b> .....	2
<b>1.5. IMPACTOS</b> .....	2
<b>1.6. INFORMACIÓN FINANCIERA Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD</b> .....	2
<b>1.7. PERFIL DEL EQUIPO EMPRENDEDOR</b> .....	3
<b>2. CÁPSULA DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO</b> .....	4
<b>2.1. ANTECEDENTES DEL NEGOCIO</b> .....	4
<b>2.2. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO</b> .....	5
<b>2.2.1. MODELO DE EMPRESA</b> .....	6
<b>2.3. POSICIONAMIENTO</b> .....	6
<b>3. CÁPSULA DE MERCADEO</b> .....	7
<b>3.1. PRODUCTO</b> .....	7
<b>3.1.1. ANTECEDENTES</b> .....	7
<b>3.1.2. NECESIDAD A SATISFACER</b> .....	8
<b>3.1.3. PORTAFOLIO DE PRODUCTOS</b> .....	9
<b>3.2. SECTOR</b> .....	9
<b>3.3. CLIENTE</b> .....	12
<b>3.3.1 SEGMENTACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DEL CONSUMIDOR</b> .....	12
<b>3.3.1.1. DESCRIPCIÓN GEOGRÁFICA</b> .....	13
<b>3.3.1.2 DESCRIPCIÓN DEMOGRÁFICA DEL GRUPO OBJETIVO (TARGET GROUP)</b> .....	13
<b>3.3.1.3 DESCRIPCIÓN SOCIO ECONÓMICA</b> .....	14
<b>3.3.2 SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN</b> .....	14
<b>3.3.3 PERFIL DE LOS CLIENTES</b> .....	14
<b>3.3.3.1 NECESIDADES DEL CLIENTE</b> .....	14
<b>3.3.3.2 COMPORTAMIENTO DE COMPRA</b> .....	15
<b>3.3.3.3 MOTIVACIONES DE COMPRA</b> .....	15
<b>3.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</b> .....	15
<b>3.4.1 LISTADO DE CLIENTES POTENCIALES</b> .....	16
<b>3.4.2 PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR Y/O CLIENTE</b> .....	17
<b>3.5 LA COMPETENCIA</b> .....	18

<b>3.6 VENTAJA COMPETITIVA .....</b>	<b>19</b>
<b>3.7 FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO .....</b>	<b>19</b>
<b>3.8 IMPACTOS.....</b>	<b>20</b>
<b>3.8.1 SOCIALES: .....</b>	<b>20</b>
<b>3.8.2 ECONÓMICOS.....</b>	<b>20</b>
<b>3.8.3 AMBIENTALES .....</b>	<b>21</b>
<b>3.9 TAMAÑO DEL MERCADO .....</b>	<b>21</b>
<b>3.10 PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO .....</b>	<b>21</b>
<b>3.10.1 PLAN DE VENTAS NACIONALES.....</b>	<b>21</b>
<b>3.10.2 PLAN EXPORTADOR .....</b>	<b>21</b>
<b>3.10.3 PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN .....</b>	<b>22</b>
<b>3.11 PLAN DE MERCADEO.....</b>	<b>22</b>
<b>3.11.1 Análisis DOFA.....</b>	<b>22</b>
<b>3.11.2 ESTRATEGIAS MEZCLA DE MERCADEO.....</b>	<b>24</b>
<b>3.11.2.1 ESTRATEGIAS DE PRODUCTO .....</b>	<b>24</b>
<b>3.11.2.2 ESTRATEGIAS DE PRECIO.....</b>	<b>25</b>
<b>3.11.2.3 ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD .....</b>	<b>25</b>
<b>3.11.2.4 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN.....</b>	<b>26</b>
<b>3.11.2.5 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN .....</b>	<b>26</b>
<b>3.11.2.6 ESTRATEGIAS DE VENTAS .....</b>	<b>27</b>
<b>3.11.2.7 ESTRATEGIAS DE SERVICIO .....</b>	<b>28</b>
<b>3.11.3 PRESUPUESTO MEZCLA DE MERCADEO .....</b>	<b>29</b>
<b>4. CÁPSULA TÉCNICA .....</b>	<b>30</b>
<b>4.1 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO O SERVICIO .....</b>	<b>30</b>
<b>4.2 DIAGRAMA DE FLUJO Y MATRIZ DE RECURSOS.....</b>	<b>31</b>
<b>4.3 INVERSIONES .....</b>	<b>35</b>
<b>4.3.1. MAQUINARIA Y EQUIPO .....</b>	<b>35</b>
<b>4.3.2. MUEBLES Y ENSERES .....</b>	<b>35</b>
<b>4.3.3. PREOPERATIVOS .....</b>	<b>36</b>
<b>4.3.4. RESUMEN DE INVERSIONES .....</b>	<b>36</b>
<b>4.4 MATERIA PRIMA E INSUMOS .....</b>	<b>36</b>
<b>4.4.1 PROVEEDORES.....</b>	<b>36</b>
<b>4.4.2 CUADRO DE COSTOS .....</b>	<b>37</b>
<b>4.5 MANO DE OBRA OPERATIVA.....</b>	<b>38</b>
<b>4.6 SISTEMAS DE CONTROL .....</b>	<b>38</b>

<b>4.7 COSTOS POR PRODUCTO .....</b>	<b>39</b>
<b>4.8 LOCALIZACIÓN.....</b>	<b>39</b>
<b>4.8.1 MACRO-LOCALIZACIÓN.....</b>	<b>39</b>
<b>4.8.2 MICRO-LOCALIZACIÓN.....</b>	<b>39</b>
<b>4.9 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y ANÁLISIS DE CAPACIDAD .....</b>	<b>40</b>
<b>4.10 PLAN DE PRODUCCIÓN .....</b>	<b>40</b>
<b>4.11 PLAN DE COMPRAS.....</b>	<b>40</b>
<b>5. CÁPSULA ADMINISTRATIVA .....</b>	<b>42</b>
<b>5.1 TIPO DE EMPRESA Y OBJETO SOCIAL .....</b>	<b>42</b>
<b>5.2 MISIÓN .....</b>	<b>42</b>
<b>5.3 VISIÓN .....</b>	<b>42</b>
<b>5.4 OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICOS .....</b>	<b>42</b>
<b>5.5 POLÍTICAS .....</b>	<b>43</b>
<b>5.6 VALORES CORPORATIVOS.....</b>	<b>43</b>
<b>5.7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....</b>	<b>44</b>
<b>5.8 PERFILES DE CARGOS.....</b>	<b>45</b>
<b>5.9 MANEJO ADMINISTRATIVO .....</b>	<b>54</b>
<b>5.10 ENTIDADES DE APOYO .....</b>	<b>54</b>
<b>6. CÁPSULA LEGAL .....</b>	<b>55</b>
<b>6.1 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES.....</b>	<b>55</b>
<b>6.2 NORMATIVA REGIONAL.....</b>	<b>56</b>
<b>7. CÁPSULA DE PRESUPUESTOS .....</b>	<b>57</b>
<b>7.2 VENTAS EXPORTACIÓN EN PESOS .....</b>	<b>57</b>
<b>7.3 VENTAS TOTALES EN PESOS.....</b>	<b>57</b>
<b>7.4 INGRESOS .....</b>	<b>57</b>
<b>7.5 COSTO DE LA MERCANCÍA VENDIDA .....</b>	<b>57</b>
<b>7.6 PRODUCCIÓN .....</b>	<b>57</b>
<b>7.7 COMPRAS.....</b>	<b>58</b>
<b>7.8 PAGOS A PROVEEDORES .....</b>	<b>58</b>
<b>7.9 NÓMINA Y COMISIONES .....</b>	<b>58</b>
<b>7.10 GASTOS DE PUBLICIDAD.....</b>	<b>58</b>
<b>7.11 OTROS GASTOS (Gastos de Puesta en Marcha) .....</b>	<b>59</b>
<b>7.12 APLICACIÓN DE CRÉDITOS .....</b>	<b>59</b>
<b>8. CÁPSULA FINANCIERA.....</b>	<b>63</b>
<b>8.1 PUNTO DE EQUILIBRIO.....</b>	<b>63</b>

<b>8.2 ESTADO DE RESULTADOS.....</b>	<b>63</b>
<b>8.3 FLUJO DE CAJA .....</b>	<b>64</b>
<b>8.4 BALANCE .....</b>	<b>65</b>
<b>8.5 ANÁLISIS FINANCIERO .....</b>	<b>65</b>
<b>8.6 CAPITAL DE TRABAJO .....</b>	<b>66</b>
<b>9. CÁPSULA ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....</b>	<b>67</b>
<b>10. CÁPSULA ANÁLISIS DE RIESGOS.....</b>	<b>68</b>
<b>11. CÁPSULA PLAN CONTINGENCIA Y SALIDA .....</b>	<b>69</b>
<b>12. CÁPSULA CRONOGRAMA DE MONTAJE E INVERSIONES .....</b>	<b>70</b>
<b>WEBGRAFIA .....</b>	<b>71</b>

# 1. CÁPSULA RESUMEN EJECUTIVO

## 1.1. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

- **Nombre comercial de la empresa:** Revolution Fit

- **Producto:** Camisetas deportivas inteligentes.

- **Objetivo general:** Producir y comercializar camisetas deportivas inteligentes, que brindan el máximo confort al consumidor en sus actividades deportivas.

- **Objetivos específicos:**

- Generar un alto margen de rentabilidad
- Lograr un posicionamiento en el mercado
- Comercializar los productos de la marca en mercados internacionales.

- **Ubicación geográfica:** Pereira, Risaralda.

- **Características de innovación y valores agregados:** Las camisetas deportivas inteligentes comercializadas por Revolution Fit, cuentan con las siguientes tecnologías:

- Protección UV 50% para prevención de enfermedades por la exposición prolongada al sol.
- Thermo para mantener el confort de los usuarios con una temperatura corporal constante al realizar actividades en lugares de bajas temperaturas.
- Odor protect para brindar protección a los usuarios por medio de la prevención de malos olores e infecciones al ejercitarse.
- Dry para la rápida absorción y secado de la humedad, ideal para las personas con sudoración excesiva.

Con el objetivo de marcar una diferencia en el mercado se implementarán variedad de diseños innovadores mediante colores, cortes, estampados, etc. Que permita su uso también para actividades casuales diferentes a las deportivas, de igual manera se desea manejar un portafolio con diferentes líneas en relación a su precio.

## 1.2. MERCADOS Y POTENCIAL DEL MERCADO A ATENER EN CIFRAS

El mercado objetivo es EEUU debido a que además de tener un TLC con Colombia que desgrava completamente los productos textiles, es el principal comprador de ropa masculina colombiana, tanto así que en el año inmediatamente anterior (2015) las exportaciones de este segmento representaron el 26% de las exportaciones totales de confecciones colombianas al mundo. Según fuente del Dane. Pro Colombia destaca dos puntos clave en el mercado estadounidense, los cuales son:

-La tendencia en la ropa masculina se inclina a los atuendos casuales, que actualmente se está promoviendo su uso en zonas de trabajo.

-Crecimiento de las culturas deportivas y aumento de los consumidores de servicios de spa y gimnasios.

### **1.3. VENTAJA COMPETITIVA**

Las ventajas competitivas con que cuenta Revolution Fit, son las siguientes:

- Comercial: la ventaja comercial de la marca, es penetrar el mercado con un producto innovador, para satisfacer las necesidades existentes en el segmento identificado.
- Operacionales: La producción de las camisetas deportivas se realizará por medio de satélites de confección ubicados en la región. esto beneficia a la empresa gracias a la disminución de costos de contratación de personal, nómina, inversión de maquinaria, mantenimiento, depreciación de maquinaria y equipo, etc. de igual manera la capacidad productiva se puede ajustar fácilmente a la demanda existente del producto.
- Financieras: La empresa cuenta con un flujo de caja liviano, libre de cargas. Factor esencial en la generación de mayores retornos de inversión.
- Mercadeo: El objetivo de Revolution Fit es aprovechar el auge que está teniendo el fitness y el cuidado corporal actualmente, mediante la inclusión de tecnologías en camisetas deportivas, a un bajo precio. para satisfacer las necesidades del segmento de mercado.

### **1.4. EQUIPO EMPRENDEDOR**

Este equipo está conformado por tres integrantes los cuales son Jorge André García Sánchez, Cristian Eduardo Cruz Calderón y Kevin Bayron Perlaza Galvis, los cuales pertenecen a el programa de Administración de Negocios Internacionales de octavo semestre (8vo), el asesor para este trabajo es el docente universitario

### **1.5. IMPACTOS**

Revolution Fit espera consolidar un proyecto sostenible con una tasa de retorno de inversión del 68,61% que contribuya con la expansión de la empresa y el jalonamiento del sector textil de la región. Para iniciar el proyecto productivo se crearán 16 empleos directos y aproximadamente 60 indirectos por la subcontratación de satélites de confección, con altas expectativas de aumento, esto ayudara a disminuir el porcentaje de desempleo en la región y a mejorar el estilo de vida de estas personas.

### **1.6. INFORMACIÓN FINANCIERA Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD**

Por medio del análisis de las cifras obtenidas, se puede analizar que los productos ofrecidos gracias a sus características innovadoras generarían buenos resultados financiero para la empresa, ya que su porcentaje de rentabilidad (68,61%) supera las expectativas comparadas con otras empresas del sector textil confecciones. Adicionalmente se observa que el valor



presente neto de la empresa presenta una tendencia al alza tomando como referencia los flujos de cajas proyectados durante los primeros 5 años. Esto es un factor importante y decisivo ya que demuestra que la empresa es viable y atractiva para captar inversión privada.

	Tasa (%) de Oportunidad	Desembolso inicial del Proyecto	Flujo del 1º año	Flujo del 2º año	Flujo del 3º año	Flujo del 4º año	Flujo del 5º año
<b>PROYECTOS</b>	Tasa de oportunidad	Desembolso Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Revolution Fit	19,00%	-1.094.250.244,15	910.663.580	792.373.824	705.629.858	654.504.890	643.549.495

<b>PROYECTOS =</b>	<b>A</b>
Valor Presente Neto VPN =	1.245.351.850
Tasa Interna de Retorno TIR =	68,61%

### 1.7. PERFIL DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

El equipo está conformado por los siguientes emprendedores:

EMPRENDEDOR	DIRECCIÓN	CELULAR	CORREO	PROGRAMA	ROL
Cristian Eduardo Cruz	Cra 14 #36-49 Pereira	3152218319	ccruz18@estudiantes.areandina.edu.co	A.N.I	Gerente de Producción
Jorge Andrés García Sánchez	Monserrate C.4 Sta/Rosa	3176703339	jogarcia26@estudiantes.areandina.edu.co	A.N.I	Gerente General
Kevin Bayrón Perlaza Galvis	Cra 7 Bis #33-69 Pereira	3127808022	kperlaza@estudiantes.areandina.edu.co	A.N.I	Gerente Financiero

## **2. CÁPSULA DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO**

### **JUSTIFICACIÓN**

Revolution Fit es una empresa de origen colombiano que busca innovar y solucionar los problemas que las personas encuentran al momento de realizar actividades deportivas, mediante la prevención de enfermedades originadas por la exposición a los rayos UV como son: alergias, cáncer en la piel, envejecimiento prematuro, etc. De igual manera se busca generar seguridad a aquellas personas que padecen de sudoración excesiva y secreción de malos olores.

Estados Unidos es uno de los países con mayor nivel de hiperhidrosis a nivel mundial, se estima que entre un 0,6% y 1,6% de la población total norteamericana padece de esta. Factor clave que contribuye al aumento del sedentarismo y problemas de obesidad en más de un 50% sobre el total de los habitantes.

Se cuenta con textiles innovadores e inteligentes, creados con el fin de garantizar a las personas la prevención de enfermedades expuestas anteriormente, eliminación de la secreción de malos olores y erradicación de las bacterias que originan estos problemas. Gracias a estas tecnologías, se pretende contribuir con la disminución de los niveles de sedentarismo por parte de las personas que padecen este tipo de problemas a la hora de ejercitarse.

### **2.1. ANTECEDENTES DEL NEGOCIO**

El equipo se generó con la motivación de aplicar los conocimientos aprendidos en la carrera universitaria (Administración de negocios internacionales). En el año 2016 surgió la idea de camisetas deportivas inteligentes debido a que un compañero de la carrera presentaba el problema de sudoración en exceso y secreción de mal olor, situación que lo acomplejaba ya que no podía realizar actividades de esfuerzo físico.

De acuerdo con esa situación, el equipo de trabajo identificó una necesidad de esta persona y surgió la idea de investigar acerca de materiales textiles que permitieran crear una prenda deportiva que contará con tecnología de punta para satisfacer la necesidad de esta persona. En el proceso de desarrollo de la idea se descubrió que actualmente hay una empresa fabricante de fibras en Colombia que ofrece textiles modificados con nanotecnología y permiten que las personas estuvieran protegidas del calor, frío, bacterias, malos olores, etc. Dicha situación motivó aún más al grupo y lo llevó a realizar un estudio de mercado en el cual se validará la existencia de un posible mercado potencial para este tipo de productos.

Gracias a la validación realizada, se logró identificar que este tipo de problemas de sudoración, malos olores, falta de protección anti bacteria, etc. era más común de lo que se pensaba en las personas con gustos por las actividades deportivas y que en especial el mercado estadounidense tenía la mayoría de posibles consumidores potenciales y estaba

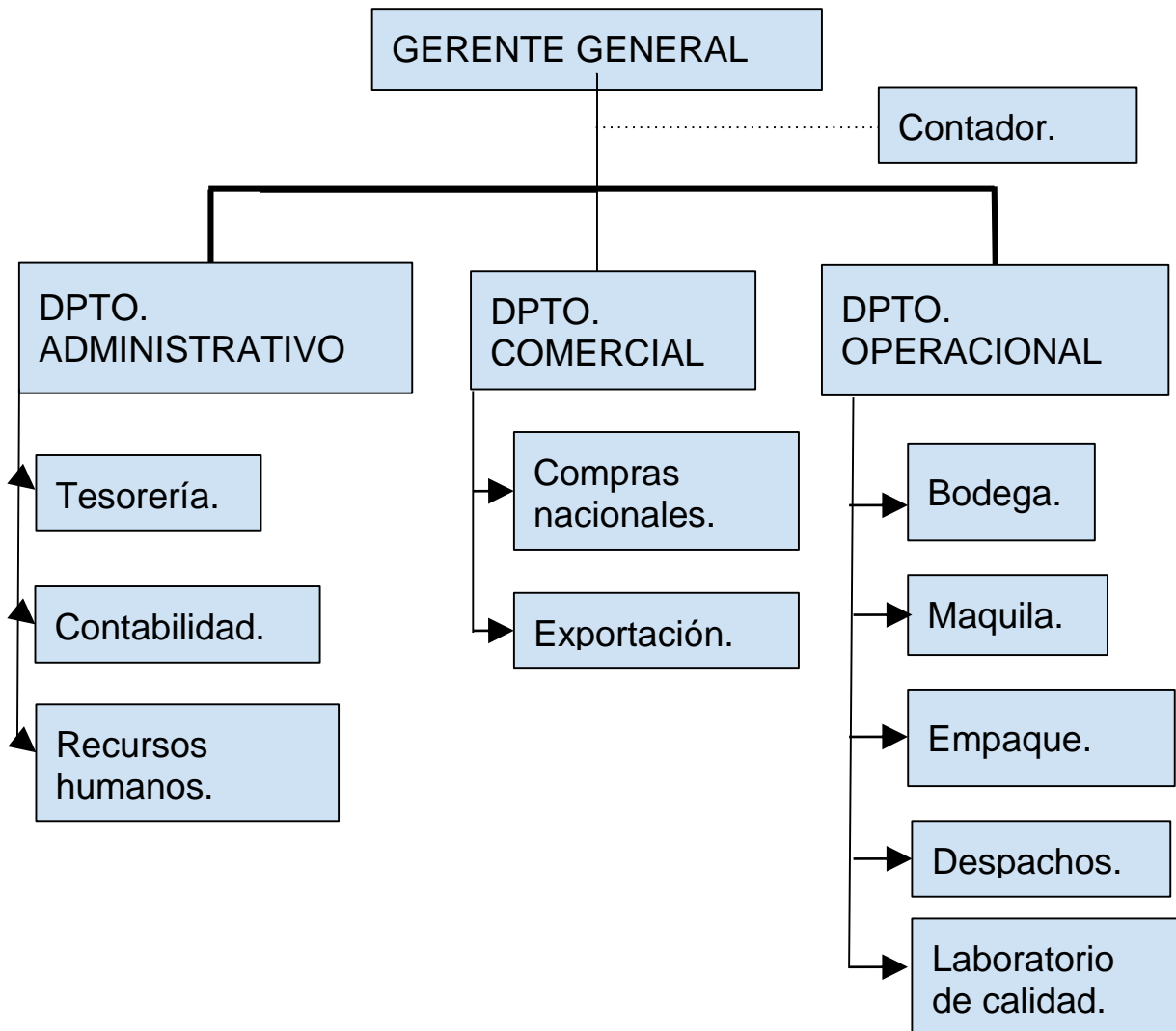
presentando excelentes oportunidades de negocio para prendas que reuniera características innovadoras enfocadas al deporte.

## 2.2. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

- **Nombre comercial de la empresa:** Revolution Fit
- **Producto:** Camisetas deportivas inteligentes.
- **Objetivo general:** Producir y comercializar camiseta deportivas inteligentes, que brinden el máximo confort al consumidor en sus actividades deportivas.
- **Objetivos específicos:**
  - Generar un alto margen de rentabilidad
  - Lograr un posicionamiento en el mercado
  - Comercializar los productos de la marca en mercados internacionales.
- **Ubicación geográfica:** Pereira, Risaralda.
- Características de innovación y valores agregados: Las camisetas deportivas inteligentes comercializadas por Revolution Fit, cuentan con las siguientes tecnologías:
  - Protección UV 50% para prevención de enfermedades por la exposición prolongada al sol.
  - Thermo para mantener el confort de los usuarios con una temperatura corporal constante al realizar actividades en lugares de bajas temperaturas.
  - Odor protect para brindar protección a los usuarios por medio de la prevención de malos olores e infecciones al ejercitarse.
  - Dry para la rápida absorción y secado de la humedad, ideal para las personas con sudoración excesiva.

Con el objetivo de marcar una diferencia en el mercado se implementarán variedad de diseños innovadores mediante colores, cortes, estampados, etc. Que permita su uso también para actividades casuales diferentes a las deportivas, de igual manera se desea manejar un portafolio con diferentes líneas en relación a su precio.

### 2.2.1. MODELO DE EMPRESA



### 2.3. POSICIONAMIENTO

Revolution Fit para el año 2022 estará posicionada en el mercado norteamericano y europeo como una marca reconocida por la calidad de sus productos y como una de las líderes en innovación en el área deportiva. Por tal razón se ampliará el portafolio de productos unisex en el cual se incluya toda la indumentaria básica para realizar actividades deportivas (Camisetas, sudaderas, chaquetas, zapatillas, pantalonetas, bandas de sudor, etc).

### 3. CÁPSULA DE MERCADEO

#### 3.1. PRODUCTO

##### 3.1.1. ANTECEDENTES

Hace poco tiempo que se vienen desarrollando camisetas deportivas que cumplen funciones adicionales aparte de vestirnos, estas han sido desarrolladas por grandes marcas quienes han empezado a abrir nuevos nichos de mercado donde se incluyen personas con requerimientos especiales para su confort.

Udale. J (2008) afirma que “a partir de la segunda mitad del siglo XX la industria textil profundizó en la experimentación e innovación de las fibras textiles. Debido al progreso industrial y la Nanotecnología, el campo de la indumentaria y el campo de las tecno ciencias se unieron para perfeccionar y desarrollar nuevos productos que satisfagan necesidades de comodidad, salud y seguridad de los usuarios, lanzando al mercado productos novedosos que reúnan este tipo de cualidades. De esta manera, a lo largo de la segunda mitad del siglo pasado, se comenzaron a realizar investigaciones y experimentos innovando tecnológicamente diferentes fibras, desarrollando nuevos textiles. Se crean, las denominadas actualmente, fibras inteligentes. Estas provienen de las fibras sintéticas intervenidas y perfeccionadas con el campo de la Nanotecnología”.

Existe un tipo de tecnología que ha revolucionado la industria textil desde su aparición y ha dado inicio a la era de los textiles inteligentes. Alberto Roldán en su artículo Textiles Inteligentes, hace la siguiente aclaración sobre dicha tecnología “La nanotecnología es una ciencia que se desarrolla en una escala extremadamente pequeña, puesto que se refiere a tamaños que se sitúan entre 1 y 100 mil millonésimas de metro. Los tamaños de las nano partículas permiten una flexibilidad en el cambio de las propiedades de los tejidos. Pueden llegar a crear nanos materiales que hagan que los materiales textiles sean más resistentes, duraderos, que no se arruguen, que impidan el paso o acumulación de bacterias, que no se ensucien, etc.” (Roldán, 2016).

“El objetivo de la aplicación de la nanotecnología es crear un funcionamiento excepcional en artículos diarios: ropa, tela para mobiliario de hogar e interiores, telas industriales, etc. Algunas de estas innovaciones incluyen la auto limpieza de los tejidos, la repelencia de virus y bacterias, retardantes del fuego, regulación de temperatura, anti olor, cambio de color, etc.”(Roldan, 2016).

Por medio de la investigación “Los tejidos inteligentes y el desarrollo tecnológico de la industria textil” podemos entender que hasta hace unos años se tenía la sensación de que casi todo estaba inventado en la industria textil. Hoy día nos vemos sorprendidos casi a diario con la aparición de nuevos productos que están situando a esta industria entre las pioneras en desarrollos tecnológicos. Entre los avances más espectaculares están las llamadas “prendas

inteligentes”, que se caracterizan por llevar incorporados determinados elementos o sistemas que les permiten responder con cierta autonomía a las necesidades del cuerpo en función de las características del entorno. (Martiiin, 2015).

Gracias a la buena acogida de los textiles inteligentes en el mercado aplicados a prendas como chaquetas, la marca Ralph Lauren en el año 2015 tomo la iniciativa de ser la empresa pionera en lanzar prendas confeccionadas a base de textiles inteligentes que brindan funcionalidades a los usuarios, en dicha oportunidad se lanzó al mercado la PoloTech Smartshirt mediante la cual se pretendía que el usuario viviera experiencias únicas de deporte, con la posibilidad de controlar sus actividades con su dispositivo móvil. (Ale, 2015)

Teniendo en cuenta la información anterior, podemos aclarar que la marca Revolution Fit brinda productos elaborados a base de estos textiles innovadores con el objetivo de ofrecerlos a precios accesibles para los consumidores finales y que este juegue un papel diferenciador frente a marcas que cuentan ya con un posicionamiento en el mercado.

### **3.1.2. NECESIDAD A SATISFACER**

Gracias a los estudios realizados por varias instituciones en estados unidos se ha podido descubrir que el sedentarismo, la obesidad y el cáncer de piel son problemáticas que afectan notablemente a la población norteamericana, teniendo en cuenta que sus instituciones encargadas de salud reportan que, entre adultos mayores de 20 años de edad el 70.7% de ellos presenta problema de sobrepeso y obesidad (cifras tomadas del año 2014) y 1 de cada 5 muertes que se presentan en territorio estadounidense son justificadas por esta problemática.

Las estadísticas nacionales nos muestran que entre un 0,6% y 1,6% de la población total norteamericana padece de Hiperhidrosis, considerado como el síndrome de sudoración excesiva. Adicionalmente se ha descubierto que en los últimos años el cáncer de piel se ha posicionado como el tipo de cáncer más común entre los habitantes, motivos por los cuales gran cantidad de personas se abstienen de realizar actividades de gasto de energía y deben optar por tratamientos médicos.

Con la finalidad de disminuir estas cifras, La Organización Mundial de la Salud (OMS) recomienda realizar 150 minutos de actividad física moderada semanalmente, gracias a que la considera como una actividad determinante en el gasto energético y fundamental para el equilibrio calórico y control del peso.

Gracias a estas problemáticas que se presentan en la población estadounidense se plantea una solución con las camisetas deportivas diseñadas por la marca REVOLUTION FIT cuentan con tecnologías que contribuyen con el confort de sus usuarios al controlar la humedad causada por la sudoración, eliminación de malos olores, protección UV con filtro solar 50% y protección thermo para los amantes a realizar actividades deportivas en temperaturas extremas. Por lo que contribuyen de manera indirecta en la disminución de la tasa de sedentarismo y obesidad en estados unidos al igual que ayudan a las personas con problemas

de piel por exposición al sol e hiperhidrosis, para que estas puedan realizar actividades deportivas sin ningún tipo de inconveniente.

### **3.1.3. PORTAFOLIO DE PRODUCTOS**

Revolution Fit cuenta con una línea de camisetas deportivas diseñadas especialmente para hombres las cuales cuentan con tecnologías incorporadas que mejoran el rendimiento de los usuarios. De igual manera se tiene planeado ampliar las líneas de productos al mercado femenino, en los cuales se incluyan sudaderas, chaquetas cortavientos, lycras deportivas, pantalonetas, shorts, accesorios deportivos, etc.

## **3.2. SECTOR**

### **-Desarrollo tecnológico del sector.**

El sector textil- confección, a lo largo de la historia se ha logrado consolidar como uno de los sectores tradicionales de la economía colombiana. Sin embargo, en los últimos años se ha visto afectado por el aumento del contrabando y llegada de confecciones provenientes de países asiáticos. Para contrarrestar esta situación, las empresas colombianas dedicadas a la fabricación de textiles y prendas confeccionadas se han visto en la obligación de competir implementando la innovación y la reconversión tecnológica como una filosofía en sus actividades. Un ejemplo claro de esto es la tendencia de ofrecer productos a base de telas no tejidas biodegradables, insumos corseteros, copas prehormadas, textiles técnicos con filtros Uv, denim elástico, etc.

A pesar de que se han evidenciado avances en la tecnología de los productos del sector textil- confecciones, aún falta realizar más inversión en cuanto a investigación, desarrollo e innovación, para que el sector colombiano pueda ser autosuficiente.

### **- Desarrollo industrial del sector.**

Colombia es un país que le apuesta al desarrollo del sector textil- confección como una de las grandes promesas de la economía nacional, actualmente la producción nacional de telas está alrededor de 950 millones de m<sup>2</sup> y el 24% del empleo manufacturero lo genera este sector. Sin embargo, en los últimos años no se ha notado un gran desarrollo industrial que permita al sector colombiano competir activamente con las grandes potencias productoras de textiles y confecciones a nivel mundial.

Los principales elementos industriales objeto de inversión son: maquinaria industrial de estampado y sublimación, tecnología digital para la impresión de marquillas, afiches, catálogos y otras piezas en alto relieve y alta definición. a pesar del esfuerzo realizado por las empresas pertenecientes al sector, este no ha podido ser autosuficiente debido a los altos costos que se manejan que imposibilitan la creación de economías de escala.

### -Importaciones y Exportaciones del producto.

El comercio exterior de camisetas deportivas en Colombia es alto teniendo en cuenta su gran capacidad exportadora, a pesar de ser un país productor también se realizan importaciones de bajo volumen, en su mayoría provenientes de países centro americanos.

Las exportaciones por su parte sostienen un alto volumen, con una amplia diversidad de clientes provenientes de países extranjeros. como se puede analizar en el siguiente cuadro, en el cual se detallan las cifras de textiles y confecciones exportadas originarias de Colombia con referencia a cada país. En este caso, se evidencia que Estados Unidos es el comprador de mayor cantidad de mercancía textil colombiana.

REPÚBLICA DE COLOMBIA								
DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA - DANE								
DIRECCIÓN DE DIFUSIÓN, MERCADEO Y CULTURA ESTADÍSTICA								
EXPORTACIONES COLOMBIANAS POR PARTIDAS ARANCELARIAS Y PAÍSES DE DESTINO								
CAPITULOS DEL 61 AL 98								
ENERO - AGOSTO 2016								
FUENTE: DANE - DIAN (Cifras Provisionales) : CÁLCULOS DANE								
PARTIDA ARANCELARIA	DESCRIPCIÓN	PAÍS DESTINO	UNIDAD	CANTIDAD UNIDADES	KILOGRAMOS		VALORES F.O.B.	
					BRUTOS	NETOS	PESOS COLOMBIANOS	DÓLARES
			U	3.759.137	620.330,66	560.576,29	53.956.533.271,41	17.561.989,95
		Alemania		49.028	10.361,32	9.446,44	418.268.753,56	139.489,82
		Aruba		1.043	123,22	112,38	15.051.225,77	4.882,60
		Argentina		49.188	9.161,70	8.726,21	511.030.762,60	173.537,04
		Australia		601	180,47	162,47	35.854.962,70	12.005,72
		Bélgica		5	0,30	0,30	148.788,36	46,78
		Belice		47	5,74	5,00	5.151.293,64	1.680,25
		Bolivia		8.459	1.613,15	1.514,44	104.431.105,87	34.425,84
		Canadá		5.497	1.291,43	1.130,62	292.421.684,69	95.830,00
		Colombia		124	12,62	10,75	3.395.764,24	1.076,20
		Costa Rica		173.900	24.616,20	22.437,66	2.112.651.618,11	686.271,92
		Curazao		7.445	1.160,99	1.089,08	222.400.934,79	73.654,40
		Chile		32.250	5.367,66	4.867,33	977.968.606,47	300.846,37
		China		1	1,16	1,11	65.319,03	21,00
		Ecuador		129.605	19.883,13	16.877,73	1.911.719.745,19	630.768,05
		El Salvador		184	20,76	19,79	2.319.344,07	694,81
		España		3.162	479,06	434,97	35.153.293,47	11.639,53
		Estados Unidos		2.856.504	470.299,57	425.962,62	39.660.118.382,56	12.880.451,62
		Finlandia		187	30,00	25,00	3.499.108,95	1.220,32
		Francia		29.729	10.167,24	9.702,39	406.304.318,40	129.059,21
		Grecia		3	0,12	0,09	71.669,88	24,38
		Guatemala		9.394	1.650,32	1.472,17	145.983.765,29	47.784,38
		Guyana		6	2,13	1,99	113.645,42	37,14
		Haiti		3.465	630,37	592,75	56.116.464,87	18.445,76
		Honduras		700	99,62	89,85	15.615.336,17	5.057,04
		Hong Kong		4.838	561,20	438,56	60.620.368,45	21.261,80
		Israel		5	3,84	3,13	63.497,52	21,60
		Italia		10	6,25	5,00	1.107.032,16	324,66
		Jamaica		110	152,37	105,74	671.512,60	220,00
		Japón		9.164	2.484,56	2.261,91	419.938.006,29	140.632,56
		México		72.701	10.473,93	8.491,12	1.770.199.426,18	595.073,50
		Nicaragua		134	11,63	10,23	1.413.932,61	465,20
		Países Bajos		64.551	12.872,08	11.936,64	1.096.957.358,31	368.777,94
		Panamá		29.870	4.401,42	3.766,66	338.760.979,49	106.631,48
		Paraguay		73	2,50	2,43	1.689.026,51	507,70
		Perú		165.723	21.231,18	19.016,37	1.977.999.528,74	643.390,35
		Portugal		259	41,06	39,16	4.606.422,36	1.510,22
		Puerto Rico		25.315	4.238,26	3.852,81	612.678.489,47	200.384,44
		Reino Unido		4.386	1.483,05	1.337,34	127.748.089,46	41.069,07
		República Dominicana		4.772	1.005,10	876,48	89.713.797,51	29.468,17
		Suiza		24	6,23	5,61	4.389.104,31	1.388,78
		Surinam		9	3,24	3,00	288.430,03	94,20
		Uruguay		330	83,00	45,00	5.126.208,65	1.696,92
		Venezuela		16.157	4.083,40	3.671,03	504.264.794,78	159.313,08
		ZFP Rionegro		112	10,90	9,81	613.142,65	212,60
		ZFP Pacifico		67	17,18	15,12	1.828.229,23	595,50



### **-Servicio en el ámbito nacional.**

A nivel nacional, se está evidenciando una escasez de proveedores de textiles inteligentes que cuenten con tecnologías incorporadas, como las especificadas en el punto 2.2. En este momento la empresa La Fayette es la fábrica pionera en Colombia en desarrollar este tipo de textiles, razón por la cual los precios de estos, son muy elevados y de difícil acceso.

### **-Mercados objetivos.**

Primero tomamos como referencia los 5 países que se destacaban en el PTP como destino de exportación de las confecciones y textiles colombianos: EEUU, México, Perú, Ecuador y Venezuela. Sin embargo, como estos datos del informe son del año 2013, se decidió investigar más a profundidad, lo que arrojó los siguientes resultados.

Pro Colombia en su portal web destaca varios países como oportunidad de negocio para el sector colombiano (12 países), sin embargo, solo en 3 países se destacaba la oportunidad de negocio para el segmento de ropa deportiva y esos eran los siguientes: Canadá, Perú y EEUU. Por lo tanto, el país seleccionado como mercado objetivo es Estados Unidos. Teniendo en cuenta que la hiperhidrosis es una de las enfermedades más presentes en la comunidad norteamericana con un estimado de entre un 0,6% y 1,6% de la población, De igual manera el 70,7% de sus ciudadanos adultos mayores de 20 años presentan un problema de sobrepeso y obesidad, razón por la cual 1 de cada 5 muertes en dicho territorio se atribuye a esta problemática.

Adicionalmente Estados Unidos se ha caracterizado por ser el mayor comprador de camisetas deportivas Colombianas; Tanto así que en el año anterior (2016) se registró un valor de exportación total de USD 17'561.989,95 de los cuales USD 12'880.450,62 se le atribuyen a importaciones realizadas por Estados Unidos, De acuerdo el cuadro anterior mente anexado.

### **-Estadísticas:**

- **PIB:** \$292.1 mil millones
- **PIB Per Cápita:** \$6.056,1
- **Proyecciones:** Dentro de las preocupaciones de los industriales para este año, el primer rubro en la lista es evidentemente la reforma tributaria y el alza del IVA, pues junto con la inflación país, el aumento en los precios de las prendas textiles para este año oscila a partir de febrero entre +10% y +15%, encareciendo de sobremanera el comercio que ya cuenta con precios elevados.

Así mismo, los empresarios expresaron una gran preocupación por las nuevas regulaciones gubernamentales frente al Plan Vallejo, la fórmula política colombiana que permite a las empresas exportadoras, importar bienes y maquinaria para transformación local siempre y cuando sus exportaciones superen el monto importado. Si bien a primera vista el plan parece perfecto, el ingreso son aranceles de mercancías y bienes otros que maquinaria y tecnología podría generar una desventaja entre las grandes empresas exportadoras y las de venta local.

Según lo expresado anteriormente se debe tener en cuenta que el panorama para el sector textil en Colombia se ve de una manera positiva gracias a los cambios que se están dando en Colombia tanto por el tratado de paz como a los tratados con países extranjeros, entonces los empresarios deberán seguir el curso y evolucionar con las nuevas reglas de juego

### **3.3. CLIENTE**

El país elegido como mercado objetivo es EEUU debido a que además de tener un TLC con Colombia que desgrava completamente los productos textiles, es el principal comprador de ropa masculina colombiana, tanto así que en el año (2015) las exportaciones de este segmento representaron el 26% de las exportaciones totales de confecciones colombianas al mundo. Según fuente del Dane.

Pro Colombia destaca dos puntos clave en el mercado estadounidense, los cuales son:

- La tendencia en la ropa masculina se inclina a los atuendos casuales, que actualmente se está promoviendo su uso en zonas de trabajo.
- Crecimiento de las culturas deportivas y aumento de los consumidores de servicios de spa y gimnasios.

Las camisetas Revolution Fit están dirigidas para todas las personas habitantes de Estados Unidos, que tienen como rutina practicar deportes y actividades como las siguientes:

- Gym.
- Crossfit.
- Alpinismo/montañismo.
- Fútbol.
- Baloncesto.
- Voleibol.
- Ciclismo.
- Tenis.

#### **3.3.1 SEGMENTACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DEL CONSUMIDOR.**

- **Caracterización del cliente:**

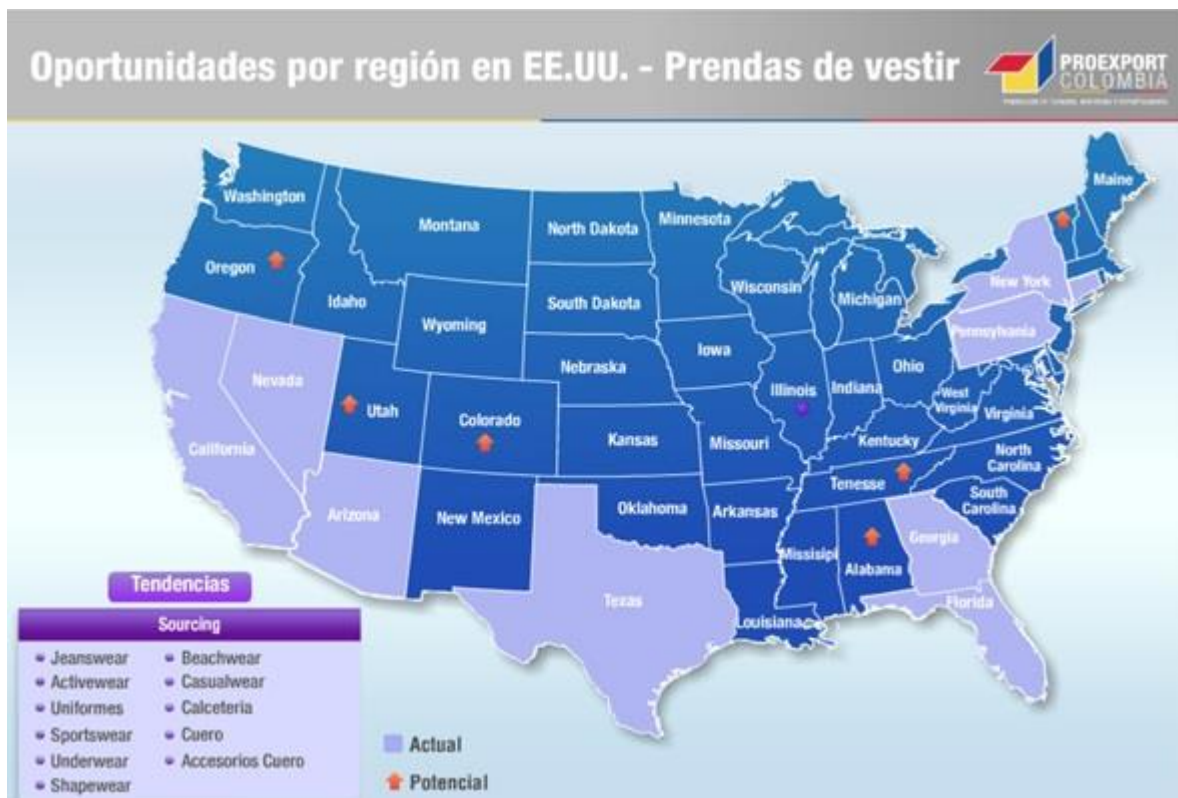
Tiendas especializadas en la venta al por menor de artículos deportivos, que además cuentan con un excelente posicionamiento en los siguientes estados Oregón, Utah, Colorado, Alabama, Tennessee, Vermont. Estas a su vez se interesan por los productos innovadores que generen un alto margen de ganancia y sean amigables con el medio ambiente.

- **Caracterización del consumidor:**

Hombres habitantes y turistas de los estados de Oregón, Utah, Colorado, Alabama, Tennessee, Vermont. En edades entre 15 y 50 años, que se preocupen por el cuidado y mantenimiento de

su cuerpo; amantes de los deportes y actividades al aire libre. En búsqueda de productos de buena calidad, novedosos e innovadores que mejoren desde su apariencia hasta su rendimiento a precios económicos.

### 3.3.1.1. DESCRIPCIÓN GEOGRÁFICA



En la anterior imagen se presenta el mapa estadounidense en el cual se evidencia con blanco los estados actuales conquistados por los productos textiles colombianos y los seleccionados con una flecha naranja muestran los mercados potenciales para los productores nacionales. por lo tanto nuestros clientes potenciales serán tiendas especializadas que se encuentran ubicadas en los siguientes estados, que son considerados como objetivos para los procesos de mercadeo y comercialización (Oregón, Utah, Colorado, Alabama, Tennessee, Vermont).

### 3.3.1.2 DESCRIPCIÓN DEMOGRÁFICA DEL GRUPO OBJETIVO (TARGET GROUP)

**Edad:** entre 15 a 60 años

**Género:** Masculino

**Formación Académica:** No Aplica

**Ocupación:** No Aplica

**Estado Civil:** No Aplica

**Tamaño de la Familia:** No Aplica

### **3.3.1.3 DESCRIPCIÓN SOCIO ECONÓMICA**

La marca Revolution Fit ofrece camisetas deportivas destinadas a personas con un nivel de ingresos de USD 42.000 anuales y un estatus socioeconómico medio, debido a que uno de los objetivos principales es ofrecer este tipo de camisetas a bajos precios para que sea accesible a la mayoría de la población.

### **3.3.2 SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN**

Se implementará un canal de distribución Indirecto, corto, ya que las ventas se efectuarán a tiendas deportivas minoristas de USA (WALMART, DICK'S SPORTING GOODS, ACADEMY SPORTS + OUTDOORS, THE SPORTS AUTHORITY, TARGET, etc.).

Se implementará redes sociales y página web para dar a conocer los productos y mantener una relación cercana entre cliente y empresa.

### **3.3.3 PERFIL DE LOS CLIENTES**

Teniendo en cuenta que se define como cliente a aquella persona (natural o jurídica) que compra el producto directamente a la empresa, se ha identificado como clientes a las grandes tiendas especializadas en la comercialización y distribución de artículos deportivos al por menor en los siguientes estados de EE UU: Oregón, Utah, Colorado, Alabama, Tennessee, Vermont. Debido a que Revolution Fit es una empresa naciente que no cuenta con tiendas en el extranjero donde se puedan comercializar sus productos directamente a los consumidores finales.

Adicionalmente las camisetas Revolution Fit están dirigidas para todas las personas habitantes de Estados Unidos, que tienen como rutina practicar deportes y actividades como las siguientes:

- Gym.
- Crossfit.
- Alpinismo/montañismo.
- Fútbol.
- Baloncesto.
- Voleibol.
- Ciclismo.
- Tenis.

#### **3.3.3.1 NECESIDADES DEL CLIENTE**

Debido a que los principales clientes son las empresas dedicadas a la venta y distribución de prendas y artículos deportivos, se ha identificado que estas empresas tienen la principal necesidad de tener un inventario con productos innovadores y a la vanguardia, que además puedan ser comercializados a un bajo precio con un buen margen de rentabilidad.

Las camisetas deportivas diseñadas por la marca REVOLUTION FIT cuentan con tecnologías que contribuyen con el confort de sus usuarios al controlar la humedad causada por la sudoración, eliminación de malos olores, protección UV con filtro solar 50% y protección thermo para los amantes a realizar actividades deportivas en temperaturas

extremas. Por lo que contribuyen de manera indirecta en la disminución de la tasa de sedentarismo y obesidad en estados unidos al igual que ayudan a las personas con problemas de piel por exposición al sol e hiperhidrosis, para que estas puedan realizar actividades deportivas sin ningún tipo de inconveniente.

### **3.3.3.2 COMPORTAMIENTO DE COMPRA**

**Precio:** un precio accesible es clave a la hora de la comercialización del producto, esto debido a que las empresas ya posicionadas en el mercado estadounidense ofrecen sus productos a precios bastante altos.

**Calidad:** se ha logrado identificar que los clientes y compradores ocasionales de camisetas deportivas no sólo efectúan la compra con fines deportivos, sino de confort. Por lo que es clave brindar un producto de calidad que brinde confort a la hora de practicar deportes y vestir casual.

**Innovación:** debido a al alta oferta y demanda de este tipo de productos, es indispensable ofrecer utilidades innovadoras para sus usuarios, como factor diferenciador.

**Diseño:** factor esencial para motivar a la compra, en el cual se analiza desde el tipo de tela, hasta el color utilizado.

### **3.3.3.3 MOTIVACIONES DE COMPRA**

#### **Racionales:**

- **Utilidad:** Producto que dada su multifuncionalidad se adecua perfectamente a distintas necesidades de los amantes de los deportes.
- **Ahorro:** Debido a que a comparación con otras marcas que ofrecen productos con características similares, Revolution Fit brinda precios accesibles como factor diferenciador.
- **Atributos del producto:** Revolution Fit ofrece productos innovadores los cuales son multifuncionales, con diseños modernos y con tejidos de primera calidad.
- **Promociones:**
  - 1) Alianzas con gimnasios reconocidos como Snap fitness, Lifetime Fitness, Anytime Fitness, etc., para ofrecer descuentos en algunos de sus servicios para los clientes de la marca.
  - 2) Patrocinio y celebración de eventos deportivos para captar nuevos clientes y acercarlos a la marca, otorgando membresías para su asistencia y participación.
  - 3) Ofrecer descuentos para garantizar que las compras sean de 2 o más prendas y contribuir a la fidelización de los clientes.

## **3.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

De acuerdo a la matriz de investigación de mercado se pudo analizar que Estados Unidos es un país que brinda condiciones favorables para la comercialización de camisetas deportivas

inteligentes en su mercado, gracias a que cuenta con un PIB e Ingreso Per-cápita alto, lo que refleja que su población en general tiene un alto poder adquisitivo y pueden disponer fácilmente de un presupuesto para la compra de esta clase de productos que no son considerados de necesidad básica. Adicionalmente, el deporte se ha caracterizado por ser una de las principales actividades de ocio para los estadounidenses, por lo que en sus compras buscan prendas que cuenten con innovaciones que permitan el mejoramiento de su desempeño. Esto ha permitido el desarrollo de una nueva tendencia conocida como “Athleisure”, que básicamente consiste en que los consumidores norteamericanos implementen las prendas deportivas como parte de su vestuario casual y se inclinen por productos de buena calidad a precios económicos, situación que favorece plenamente a las empresas colombianas productoras de esta clase de productos.

Estados Unidos se ha posicionado en los últimos años como el mayor comprador de confecciones de origen colombiano, gracias al TLC firmado por ambas partes, en el cual los productos del sector textil- confecciones se encuentran exentas del pago de gravámenes arancelarios. Este factor resulta bastante beneficioso para los productores colombianos, ya que la exención de esta carga impositiva permite brindar un producto de excelente calidad a precios competitivos y ser más atractivos para los retailers norteamericanos, teniendo en cuenta que los productos que se comercializan actualmente en este mercado, se caracterizan por tener precios bastante elevados.

### 3.4.1 LISTADO DE CLIENTES POTENCIALES

Empresa	Teléfono	Dirección	E-mail	Observaciones
<b>Walmart</b>	1-800-925-6278	3721 Navarre Ave, Oregon, OH 43616, EE. UU. (OREGON)	<a href="http://corporate.walmart.com/contact-us">http://corporate.walmart.com/contact-us</a>	Esta es una de los supermercados más importantes del país, ya que con el pasar de los años han sacado su sector deportivo donde ha tenido un gran éxito por su reconocimiento y calidad.
<b>Dick's sporting goods</b>	1-877-846-9997	1201 N Hill Field Rd #1024, Layton, UT 84041, EE. UU. (UTAH)	<a href="https://www.dickssportinggoods.com/s/contactus">https://www.dickssportinggoods.com/s/contactus</a>	Es una de las tiendas deportivas más posicionadas en ventas online, tiene unas 675 tiendas en todo Estados Unidos con una gran reconocimiento por la calidad de sus productos.
<b>Academy</b>	1-888-922-	310 Doug Baker	<a href="https://academy.cu">https://academy.cu</a>	Esta tienda deportiva se

<b>Sports + outdoors</b>	2336	Blvd Birmingham, AL 35242 (ALABAMA)	<a href="https://sthelp.com/app/chat/chat_launch/request_source/7/chat_data/aGFzaD0xNTAyODQxNzE3ODIyazJrYW1k">sthelp.com/app/chat/chat_launch/request_source/7/chat_data/aGFzaD0xNTAyODQxNzE3ODIyazJrYW1k</a>	enfoca en la venta de artículos de uso exterior con características especiales con bajos precios lo que hace una de las tiendas en auge en Estados Unidos, actualmente cuenta con 230 tiendas en 16 estados.
<b>The Sports Authority</b>	888-543-2922	1701 Bryant street, suite 700 Denver, Colorado 80204	<a href="http://www.sportsauthorityfieldatmilehigh.com/stadium-information/contact-us">http://www.sportsauthorityfieldatmilehigh.com/stadium-information/contact-us</a>	Esta tienda se enfoca en los eventos deportivos más grandes de Estados Unidos realizando publicidad a sus productos en un mercado Online, Su principal fuerte es la temporada de septiembre con el NFL Sunday Ticket.
<b>Target</b>	1-860-426-9886	8040 Ray Mears Blvd, Knoxville, TN 37919, EE. UU. (TENNESSEE)	<a href="https://contactus.target.com/">https://contactus.target.com/</a>	Esta es la sexta empresa de venta al por menor más grande de Estados Unidos, también tiene tiendas en Asia, Europa y América Latina, tiene una tienda virtual que abarca los continentes de América, Asia y Oceanía.

### 3.4.2 PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR Y/O CLIENTE

De acuerdo al análisis de mercado previamente realizado, se analizó que los clientes de la marca Revolution Fit (Tiendas especializadas de deporte), tienen preferencias por productos innovadores y novedosos que se diferencien en el mercado con una alta calidad y con precios competitivos de igual manera se ha identificado que los retailers deportivos tienen preferencias por empresas proveedoras que cuentan con una rápida respuesta para responder a las demandas de productos.

### 3.5 LA COMPETENCIA

En la siguiente matriz se detallan cada uno de los competidores directos e indirectos presentes en el mercado estadounidense frente a la marca Revolution Fit.

EMPRESA	PRODUCTO	CALIDAD	PRECIO	VARIEDAD	IMAGEN	PUBLICIDAD	MANEJO COMERCIAL
NIKE	Implementos Deportivos	Muy Buena	Rango de precios oxila entre, 8,00 hasta 480,00 USD	Ropa (hombres, mujeres, niños), polos, equipaciones y camisetas, chaquetas y chalecos, sudaderas, pantalones y mallas, calcetines, bolsas y mochilas, pantalonetas, calentadores, sandalias, sujetadores deportivos, faldas y vestidos, zapatillas, conjuntos deportivos, relojes.	El cliente tiene preferencias hacia NIKE por sus tecnologías como W&K, comodidad y calidad que implementa en sus productos.	Utilizan redes sociales para llegar a la audiencia a través de un mensaje fuerte, dirigiéndose a las personas que no necesariamente hacen deporte, de todas las edades y capacidades por medio de spots publicitarios. De igual manera, implementan publicidad pagada por todos los medios masivos de comunicacion, utilizando metodos de neuromarketing.	Tiene presencia fisica en mas de 50 paises con tiendas, outlets y espacios alquilados, de igual manera tiene un amplio mercado a nivel mundial gracias a la distribucion con mayoristas y ventas por internet.
ADIDAS	Implementos Deportivos	Muy Buena	Rango de precios oxila entre 8,00-550,00 USD	Zapatillas, ropa (hombres, mujeres y niños), accesorios deportivos, sandalias y chancclas, camisetas y polos, calentadores, sueters y chaquetas, pantalonetas, pantalones y licras, morrales, gorras, medias, guayos, balones, canilleras.	Es reconocida a nivel mundial como una de las marcas lideres en el mercado deportivo, la cual gracias a sus patrocinios genera estatus para los usuarios.	Implementan propagandas y publicidad pagada en medios masivos de comunicacion como television, revistas, redes sociales, etc. en los cuales captan audiencia mediante frases de motivacion al deporte y al usar la marca, por ejemplo: "si quieres que la gente te envie, debes utilizar Adidas". El neuromarketing es implementado por su departamento de publicidad para impulsar el uso de sus productos a nivel mundial.	Cuenta con tiendas propias y outlets en 54 paises del mundo, mientras que a los demas se encarga de llegar mediante joint ventures y distribucion piggy back. Sus distribuidores son seleccionados y fuertemente capacitados para el manejo y optima comercializacion de sus productos. Internet representa una fuente importante de ventas para la empresa.
UNDER ARMOUR	Implementos Deportivos	Muy Buena	Rango de precios oxila entre 5,00-499,99 USD	Ropa (hombres, mujeres, niños), buses, chaquetas, sudaderas, conjuntos, calentadores, tennis, medias, camisetas, guayos, polos y camisetas, zapatillas, gorras, leggings, ropa interior, pantalonetas,	Reconocida como la marca de la nueva generacion deportiva, por sus ideas de productos revolucionarios.	Su éxito se disparó con la aparición de los productos en series y películas norteamericanas, por tal razon esta marca le apuesta a ganar reconocimiento y generar recordacion por medio de la publicidad pagada en television e internet donde al igual que sus similares invierte en estrategias de neuromarketing.	Cuenta con contratos joint-venture con empresas locales de paises donde no tienen presencia fisica, igualmente cuenta con tiendas fisicas y outlets en 16 paises mas una tienda virtual con visualizacion mundial.
ATHOS	Implementos Deportivos	Buena	Rango de precios oxila entre 348,00-547,00 USD	Ropa deportiva inteligente (men's shirt w/core, men's 2.0 short w/core, women's 2.0 leggings w/core, men's full body kit).	Considerada como la marca revolucionaria en produccion de equipamiento deportivo a nivel americano.	Su publicidad se basa en el manejo óptimo de las redes sociales donde inician campañas de concientización acerca de la realización de ejercicios de manera correcta. De igual manera tienen participación pagada en programas de entretenimiento deportivo en EEUU.	Su pagina web cuenta con un diseño que permite visualizar y comprar de una manera facil y rapida los productos de su catalogo. Es el unico medio de venta que manejan por ahora.
PUMA	Implementos Deportivos	Muy Buena	Rango de precios oxila entre 5,00-1.000,00 USD	Zapatos deportivos y sandalias, ropa (hombres, mujeres, niños), camisetas, polos, tops, sudaderas, chaquetas, ropa para exteriores, pantalones, shorts, ropa interior, accesorios deportivos, mochilas, bolsos, gorros, cinturones, calcetines, relojes, equipos deportivos, gafas de sol.	Reconocida marca a nivel mundial como una de las lideres en articulos deportivos, sin embargo ha perdido popularidad tras el poco desarrollo de sus productos.	Apuesta por el uso de redes sociales para crear vinculos con sus consumidores por medio de fan pages donde constantemente realizan concursos como "Puma donde quiera que vayas", "Familia felina". De igual manera postean publicidad de sus productos mas importantes. Los otros medios como la television son utilizados pero en un nivel mas bajo.	Tiene acuerdos de distribucion piggy back y joint venture con empresas de paises donde no tiene presencia fisica, sin embargo su red de tiendas y outlets se expande por 51 paises. Su tienda virtual cuenta con un amplio catalogo de productos actualizados.
ASICS	Implementos Deportivos	Buena	Rango de precios oxila entre 4,00-169,00 USD	Chaquetas, camisetas, pantalonetas, mallas, sudaderas, zapatillas, calcetines, guantes basicos, bandas de sudor, calentadores, gorros, relojes inteligentes, braga.	Reconocida como la marca deportiva asiatica mas importante del mercado, y marca lider en el running.	Implementan campañas que buscan motivar a sus consumidores mediante publicidad en television, revistas y redes sociales. Run and Run ha sido la campaña que logró el éxito, bajo el lema "supérate" quieren afianzar y consagrar el éxito de ventas.	Cuenta con tiendas y outlets en 13 paises, para los paises donde no tienen presencia fisica, llegan mediante contratos de joint venture con empresas locales. Actualmente estan incursionando en la venta de franquicias.
OLYMPIKUS	Implementos Deportivos	Buena	Rango de precios oxila entre 9,54-114,13 USD	Zapatillas, bermudas, shorts, camisetas, mochilas, gorras, calcetines, tops, licras.	reconocida como la marca deportiva mas importante de brasil y una de las mas importantes en el continente americano. Cuenta con un buen posicionamiento gracias a su buena relacion calidad-precio.	Implementan campañas publicitarias principalmente por redes sociales, medio en el cual ofrecen sus productos, descuentos y servicio al cliente. Los demas medios como la television solo son utilizados por la empresa para paises suramericanos.	Cuenta con tiendas propias en los paises de sur america, mientras que en el resto de paises cuenta con mayoristas quienes se encargan de la venta y distribucion de sus productos.



Nota: Se logró concluir que las marcas Olympikus y Asics son las principales empresas competidoras de la marca Revolution Fit, teniendo en cuenta que son empresas que manejan productos con tecnologías similares a precios accesibles, de igual manera estas empresas no cuentan con un posicionamiento tan importante en el mercado de Estados Unidos.

### 3.6 VENTAJA COMPETITIVA

Gracias a la realización de la matriz N.3 expuesta a continuación, se logró identificar que la empresa Asics, es el competidor principal de Revolution Fit.

<b>Criterio / Empresa</b>	<b>REVOLUTION FIT</b>	<b>ASICS</b>	<b>OLYMPIKUS</b>
Precios	5	3	4
Posicionamiento	1	4	2
Calidad de los productos	5	4	3
Disponibilidad de los productos	3	4	4
Calidad en el servicio	5	5	3
Calidad en el seguimiento de quejas	5	5	4
<b>TOTAL PUNTUACIÓN</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>20</b>

Las principales similitudes entre Revolution Fit y Asics, analizadas en la matriz N.3 son:

- Calidad en el servicio, ya que estas empresas ofrecen servicios postventa de calidad.
- La calidad de sus productos es muy buena, gracias a sus tecnologías.
- La calidad en el seguimiento de quejas, debido a que son empresas que se preocupan por cuidar a los usuarios de sus productos.

### 3.7 FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO

Los factores de éxitos que pueden afectar el negocio de Revolution Fit, de los cuales no se tiene ningún tipo de control son los siguientes:

<b>ITEM</b>	<b>POSITIVO</b>	<b>NEGATIVO</b>
<b>Clima</b>	<b>X</b>	
<b>Tasa de Interés</b>	<b>X</b>	<b>X</b>
<b>Tasa de Cambio</b>	<b>X</b>	<b>X</b>
<b>Reglamentaciones Gubernamentales</b>	<b>X</b>	
<b>Estructura de la Industria</b>	<b>X</b>	
<b>Políticas Gubernamentales frente a sector</b>	<b>X</b>	<b>X</b>
<b>Contrabando</b>		<b>X</b>

### 3.8 IMPACTOS

#### 3.8.1 SOCIALES:

Para llevar a cabo cada uno de los procesos de la empresa, Revolution Fit generará 16 empleos directos y 60 empleos indirectos aproximadamente (satélites de confección), discriminado de la siguiente manera.

CARGO	SALARIO INDIVIDUAL	PRESTACIONES INDIVIDUALES	VALOR TOTAL A PAGAR POR LA EMPRESA
3 Administrativos	1.500.000	942.750	7.328.250
1 Contador	450.000	-	450.000
1 Diseñador de modas	1.300.000	900.190	2.200.190
1 Patronista	1.000.000	711.640	1.711.640
1 Diseñador gráfico	1.300.000	900.190	2.200.190
1 Laboratorio de calidad	1.300.000	900.190	2.200.190
1 Supernumerario	1.000.000	711.640	1.711.640
4 Cortadores	737.717	502.529	4.960.984
2 Empacadores	737.717	502.529	2.480.492
1 Servicios generales	737.717	502.529	1.240.246
<b>TOTAL</b>			<b>26.483.822</b>

#### 3.8.2 ECONÓMICOS

Revolution Fit como proyecto de emprendimiento presenta unos flujos de caja proyectados a futuro y una tasa de retorno bastante elevados, gracias principalmente a lo innovador de su modelo de negocio que la convierte en una empresa viable para inversionistas. Los valores obtenidos del análisis financiero se encuentran expresados en los siguientes cuadros.

	Tasa (%) de Oportunidad	Desembolso inicial del Proyecto	Flujo del 1º año	Flujo del 2º año	Flujo del 3º año	Flujo del 4º año	Flujo del 5º año
PROYECTOS	Tasa de oportunidad	Desembolso Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Revolution Fit	19,00%	-1.094.250.244,15	910.663.580	792.373.824	705.629.858	654.504.890	643.549.495

<b>PROYECTOS =</b>	<b>A</b>
<b>Valor Presente Neto VPN =</b>	1.245.351.850
<b>Tasa Interna de Retorno TIR =</b>	68,61%

### 3.8.3 AMBIENTALES

Uno de los propósitos de la marca Revolution Fit es desarrollar una labor medioambiental responsable, implementando un sistema de reciclaje de los desperdicios textiles que se generan de la producción. Estos desperdicios son cortados en formas de tiras y unidos, con la finalidad de ser implementado para la terminación de las mismas prendas o generar nuevos productos como sesgos, cinturones, collares, correas de bolsos, etc.

### 3.9 TAMAÑO DEL MERCADO

El tamaño total del mercado el cual Revolution pretende atender en Estados Unidos corresponde a 11'526.879 personas, se la siguiente tabla se describe el tamaño de mercado estado por estado:

<b>POBLACIÓN</b>	<b>HOMBRES</b>
Oregón	1.896.002
Utah	1.388.317
Colorado	2.520.662
Alabama	2.320.188
Tennessee	3.093.504
Vermont	308.206
<b>TOTAL</b>	<b>11.526.879</b>

### 3.10 PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

#### 3.10.1 PLAN DE VENTAS NACIONALES

La marca Revolution Fit no cuenta con un plan de ventas nacionales, teniendo en cuenta que los productos serán comercializados en el mercado Estadounidense, gracias a una oportunidad de negocio que se identificó previamente en los diferentes estados seleccionados.

#### 3.10.2 PLAN EXPORTADOR

Revolution Fit cuenta con un amplio portafolio de producto orientado netamente a la exportación, por lo tanto en la siguiente matriz se detallan la cantidad de unidades presupuestadas para ser comercializadas en el mercado estadounidense. Para la realización de la matriz se tuvo en cuenta el nivel de estacionalidad que presenta el bien, principalmente en la temporada de verano (junio - septiembre) y un nivel de aumento anual del 5%.

REVOLUTION FIT						
VENTAS / INGRESOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAMISETA MASCULINA DEPORTIVA	unidades	48.000	50.400	52.920	55.566	58.344
	precio	25.000	26.250	27.563	28.941	30.388
	ingresos	1.200.000.000	1.323.000.000	1.458.633.960	1.608.135.606	1.772.957.472
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>1.200.000.000</b>	<b>1.323.000.000</b>	<b>1.458.633.960</b>	<b>1.608.135.606</b>	<b>1.772.957.472</b>

### 3.10.3 PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN

Para hallar el porcentaje de participación que tendrá la marca Revolution Fit en las exportaciones colombianas, se tomó como referencia la cantidad total de exportaciones de los productos pertenecientes a la partida arancelaria 6109.90.90.00 a Estados Unidos durante el año 2016 (**4'051.108**) y la cantidad anual presupuestada para exportar por parte de la marca (**48.000**). Estas variables indican que el porcentaje de participación anual es del **1.19%** en el mercado.

### 3.11 PLAN DE MERCADEO

#### 3.11.1 Análisis DOFA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Nulo posicionamiento en el mercado objetivo</li> <li>● La empresa no cuenta con una marca registrada</li> <li>● No se cuenta con un local comercial</li> <li>● Ausencia de un socio comercial en el mercado objetivo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● TLC Colombia &amp; USA.</li> <li>● El auge mundial del fitness.</li> <li>● La tendencia de vestuario casual en las empresas Norteamericanas.</li> <li>● Prestigio en el mercado objetivo de los productos confeccionados en Colombia.</li> </ul>
FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Relación calidad precio muy favorable.</li> <li>● Diversidad y exclusividad en los diseños.</li> <li>● Innovaciones y valores agregados.</li> <li>● Tercerización de los servicio de producción.</li> <li>● Flexibilidad de los costos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● El reconocimiento de las empresas competidoras en el mercado objetivo.</li> <li>● Las camisetas “réplicas”.</li> <li>● Ausencia de oferta suficiente de textiles inteligentes.</li> <li>● Difícil acceso a créditos para emprendimiento.</li> </ul>

<p><b>F &amp; O</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Aprovechamiento del auge mundial del fitness ofreciendo camisetas deportivas con innovaciones y valores agregados.</li> <li>● Aprovechar la tercerización de la producción y el TLC entre Colombia y EEUU, para brindar un producto a muy bajo precio.</li> <li>● Explotar la tendencia del vestuario casual y cómodo en las empresas norteamericanas por medio de una gran variedad de diseños exclusivos.</li> <li>● Aprovechar el prestigio de las confecciones colombianas en Estados Unidos, para posicionar más fácilmente los productos con una excelente relación calidad/precio para los consumidores.</li> </ul>	<p><b>D &amp; O</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Gracias al TLC que existe entre Colombia Y Estado Unidos se puede posicionar la empresa en el mercado objetivo.</li> <li>● Gracias al prestigio que tienen los productos textiles colombianos, se puede conseguir un buen socio comercial.</li> <li>● Debido al auge mundial del fitness, hay muchas empresas interesadas en distribuir ropa deportiva, lo que podría resolver el problema de no tener un local comercial.</li> </ul>
<p><b>F &amp; A</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Gracias a que la empresa ofrece unos precios muy favorables, se puede llegar a ser más competitivo en el mercado objetivo.</li> <li>● Aprovechar los altos valores agregados y la innovación para evitar la comercialización de los productos “replicas”.</li> <li>● Gracias a los servicios de tercerización que son utilizados, la empresa no requiere de crédito para invertir en maquinaria.</li> </ul>	<p><b>D &amp; A</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Hallar un distribuidor potencial del producto, con el cual se reduzca la debilidad de no contar con un local comercial propio y que a su vez contribuya a ganar reconocimiento frente a las empresas competidoras.</li> <li>● Capacitar a los socios comerciales para que estos tengan la capacidad de demostrar la calidad de los productos y que estos cumplen con lo ofrecido.</li> <li>● Agilizar el proceso de registro de la marca y así facilitar los procesos de obtención de créditos.</li> </ul>

**Objetivos - Metas.**

- Generación de un alto margen de rentabilidad derivado de las ventas en el mercado extranjero.
- Posicionamiento de Revolution Fit en el mercado Estadounidense.
- Comercialización y distribución de los productos de la marca Revolution Fit en los estados de Oregón, Utah, Colorado, Alabama, Tennessee, Vermont.

### **3.11.2 ESTRATEGIAS MEZCLA DE MERCADEO**

#### **3.11.2.1 ESTRATEGIAS DE PRODUCTO**

- **APLICACIÓN:**

Las camisetas deportivas inteligentes pueden ser utilizadas en cualquier tipo de actividad deportiva o al aire libre, gracias a que están dirigidas a toda clase de personas que tengan como hábito la realización de actividades de esfuerzo físico, sin importar su rendimiento. Brindándoles la mayor calidad y comodidad al momento de realizar ejercicios y actividades al aire libre, por lo tanto, las camisetas deportivas con sus altas tecnologías se consolidan como un producto con funcionalidad de protección, estética y ayudando a maximizar desempeños deportivos.

- **CALIDAD:**

Los productos que se ofrecerán, se encuentran confeccionados con textiles de la más alta calidad, los cuales a su vez son proveídos por fabricantes que cuentan con reconocimientos a nivel nacional y la más alta tecnología (Lafayette) para brindar una materia prima óptima. Esto permite que las camisetas deportivas no pierdan sus tecnologías y valores agregados al momento de lavarse o estar expuesta al ejercicio, por el contrario, desde que se sigan las especificaciones de lavado y cuidado, estas tendrán un tiempo bastante prolongado de vida útil.

- **DISEÑO:**

Las camisetas deportivas inteligentes contarán con diseños únicos en los cuales se reflejan combinaciones de colores, cortes, estampados y tecnologías, etc. Que permita su uso también para actividades casuales diferentes a las actividades netamente deportivas.

Se pretende brindar un producto moderno que aparte de protección, brinda la aerodinamia a los usuarios para contribuir en la flexibilidad, agilidad y rendimiento.

- **EMPAQUE:**

Se implementará un estilo de empaque que permita llamar la atención visual del consumidor y que esté a su vez pueda tener una aplicabilidad distinta a la original. Adicionalmente este empaque se realizará con materiales biodegradables para contribuir con el cuidado del medio ambiente.

Este es un ejemplo del empaque que se pretende implementar:



- **EMBALAJE:**

Para facilitar los procesos de distribución y manipulación de la mercancía, se implementarán cajas de cartón corrugado con dimensiones de 40x30x30 cms, las cuales en su interior tienen la capacidad de almacenar 50 unidades de producto respectivamente. Estas se encargarán de darle protección a las camisetas deportivas rumbo a su mercado objetivo.

### **3.11.2.2 ESTRATEGIAS DE PRECIO**

Con el fin de hacer más atractivos nuestros precios para los clientes, la marca Revolution Fit implementará estrategias de precios por volúmenes de venta, lo cual permitirá el otorgamiento de descuentos significativos a los clientes que sobrepasen el volumen estándar de unidades por pedido. Adicionalmente se implementarán los siguientes medios de pago, con el fin de facilitar el proceso de reintegro de divisas, teniendo en cuenta que los productos serán comercializados en el mercado extranjero.

- Tarjeta de crédito y débito.
- Pago electrónico.
- Carta de crédito.
- Cuentas de compensación.

Para los pagos realizados por cuentas de compensación, carta de crédito y cheques, se implementarán plazos de hasta 60 días.

### **3.11.2.3 ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD**

Revolution Fit empleará estrategias de publicidad a través de la utilización de redes sociales, con el fin de llegar a la audiencia a través de un mensaje fuerte, dirigiéndose a las personas que no necesariamente hacen deporte, de todas las edades y capacidades, por medio de spots publicitarios. De igual manera, se implementará publicidad pagada, utilizando métodos de neuromarketing por la mayoría de los medios de comunicación, como son: anuncios en revistas deportivas, publicidad pagada en internet, posicionamiento con google, sign spinning y hombre anuncio.

ITEM	VALOR \$
Revistas deportivas	\$ 3'000.000
Posicionamiento con Google	\$1'000.000
Sign Spinning	\$ 500.000
muñeco inflable publicitario	\$ 300.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$4'800.000</b>

### 3.11.2.4 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

- **¿Cuáles son las estrategias promocionales que usará la empresa para motivar la venta?**

- Celebración de eventos deportivos propios de la marca, con el fin de fidelizar nuestros clientes y captar nuevos posibles clientes, este evento se realiza con el fin de acercar el cliente a los productos y que vivan la experiencia de ser parte de la empresa.
- Patrocinio de eventos importantes en las regiones donde la marca tiene presencia física, tales como: maratones, competencias regionales de crossfit, campeonato de fútbol y de baloncesto.
- Concursos por redes sociales donde los consumidores interactúen con la marca.

- **Presupuesto de promoción.**

Para llevar a cabo cada una de las estrategias de promoción, se tienen presupuestado las siguientes inversiones en un periodo de tiempo mensual.

ITEM	VALOR \$
Eventos Deportivos de la marca	\$ 6'000.000
Eventos regionales	\$ 7'500.000
Redes sociales	\$ 2'550.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 16'050.000</b>

### 3.11.2.5 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

- **Canal de distribución:**

Para el proceso de distribución de camisetas deportivas a estados unidos, se implementará un canal de distribución corto de minoristas (WALMART, DICK'S SPORTING GOODS, ACADEMY SPORTS + OUTDOORS, THE SPORTS AUTHORITY, TARGET, etc.) para llegar a los consumidores finales.





- **Cuáles son las estrategias para la comercialización del bien o servicio:**
- ❑ Captar y fidelizar a los clientes brindando descuentos, con el fin de garantizar más de una compra por cada cliente (los descuentos se efectúan a partir de la segunda compra).
- ❑ Alianzas con gimnasios reconocidos como Snap fitness, Lifetime Fitness, Anytime Fitness, etc., para ofrecer descuentos algunos de sus servicios para los clientes de la empresa.
- ❑ Asistir a ferias reconocidas a nivel internacional en materia deportiva como: POLE EXPO, SURF EXPO, OLYMPIA EXPO, con el fin de dar a conocer la marca, sus productos y captar nuevos clientes.
- ❑ Se implementará redes sociales y página web para dar a conocer los productos y mantener una relación cercana entre cliente y empresa, manejando el servicio al cliente mediante estas y promocionando los eventos patrocinados.

La tarifa aproximada puerto de origen Cartagena Colombia hasta puerto destino Puerto de los Ángeles, USA tiene un costo de 714.89 USD, en el cual se incluyen servicios como:

- Flete marítimo
- Descargue y operación portuaria en destino
- Entrega en el lugar destino.

La carga se enviará en un contenedor consolidado y tendría un tiempo de llegada de 7-10 días.

The screenshot displays the iContainers website interface. At the top, there's a navigation bar with 'iContainers' logo, 'Contacto', and 'Iniciar sesión | Registro'. Below this, the origin and destination are set to 'COCTG - Puerto de CARTAGENA (COLOMBIA)' and '91107 - Pasadena (UNITED STATES)'. The cargo details are 'CARGA LCL' and '1 box: 1 CBM 100 KG'. The main content area shows '2 resultados encontrados' and a yellow banner for 'PREVISIÓN DE INCREMENTO DE PRECIOS ANUNCIADO POR LAS NAVIERAS'. Two shipping options are listed:

Route	Price (USD)	Next Departure
COCTG - Puerto de Cartagena (COLOMBIA) DIRECTO to USLAX - Puerto de Los Angeles (ESTADOS UNIDOS)	714,89 \$	25-ago-2017 (siguiente salida)
COCTG - Puerto de Cartagena (COLOMBIA) DIRECTO to USSFO - Puerto de San Francisco (ESTADOS UNIDOS)	862,19 \$	25-ago-2017 (siguiente salida)

Each option includes a 'RESERVAR' button and a 'VER DETALLES' link. The sidebar on the left lists 'SERVICIOS INCLUIDOS: FOB' with checkboxes for 'RECOGIDA', 'PUERTO DE ORIGEN', 'FLETE MARÍTIMO', 'PUERTO DE DESTINO', and 'ENTREGA'. At the bottom, there are options to 'GUARDAR', 'EMAIL', and 'IMPRIMIR'.

### 3.11.2.6 ESTRATEGIAS DE VENTAS

Como alternativas de penetración de mercado, la marca Revolution Fit pretende realizar la celebración de contrato de agencia comercial, con el fin de tener una representación en el mercado objetivo que permita mejorar los procesos de comercialización y distribución. Adicionalmente se utilizarán plataformas de ventas internacionales como (Amazon, EBay, Alibaba, Wish, etc.).

Con el fin de llegar fácilmente a los consumidores finales, se utilizará el siguiente canal de distribución:

- **Minoristas:** (WALMART, DICK'S SPORTING GOODS, ACADEMY SPORTS + OUTDOORS, THE SPORTS AUTHORITY, TARGET, etc.).

Así mismo, Revolution Fit se encargará de llevar a cabo: celebración de eventos deportivos propios de la marca, patrocinio de eventos importantes en las regiones donde la marca tiene presencia física, tales como: maratones, competencias regionales de crossfit, campeonato de fútbol y de baloncesto. Concursos por redes sociales donde los consumidores interactúen con la marca.

### **3.11.2.7 ESTRATEGIAS DE SERVICIO**

- **Procedimiento para la prestación del servicio post-venta.**

Los clientes son considerados como el eje principal para la marca Revolution Fit, por lo tanto, esta tiene como política mantener una relación cercana mediante correos, SMS telefónicos, etc. Por medio de los cuales se les hará un diagnóstico acerca de los productos que han comprado con anterioridad, se invitarán a eventos deportivos patrocinados por la marca.

- **Garantías del servicio.**

Las garantías que se ofrecerán al usuario son de 90 días hábiles desde el momento de la venta, en la cuales se pueden cubrir contra daños de las costuras, deficiencia de las tecnologías, encogimiento de la prenda.

#### **NOTA:**

Si se han dañado por un mal uso o negligencia (exposición a productos químicos, sustancias cáusticas, fuente de llama abierta, mucho calor, objetos afilados, etc.) La marca Revolution Fit no se hará responsable de los daños generados.

La vida útil de cualquier producto depende del uso particular que se haga del mismo, de las condiciones de uso y de los patrones de desgaste característicos del usuario. No se sustituirán los productos dañados por el uso y el desgaste normales o que hayan excedido la vida razonable del producto.

La marca Revolution Fit tendrá un presupuesto de **6'000.000** pesos mensuales por factor de devoluciones o garantías

### 3.11.3 PRESUPUESTO MEZCLA DE MERCADEO

<u>ESTRATEGIA</u>	<u>VALOR \$\$</u>
Publicidad	4'800.000
Precio	21.600.000
Promoción	16'050.000
Distribución	2'112.171
Servicios / Garantía	6'000.000
TOTAL	50'562.171

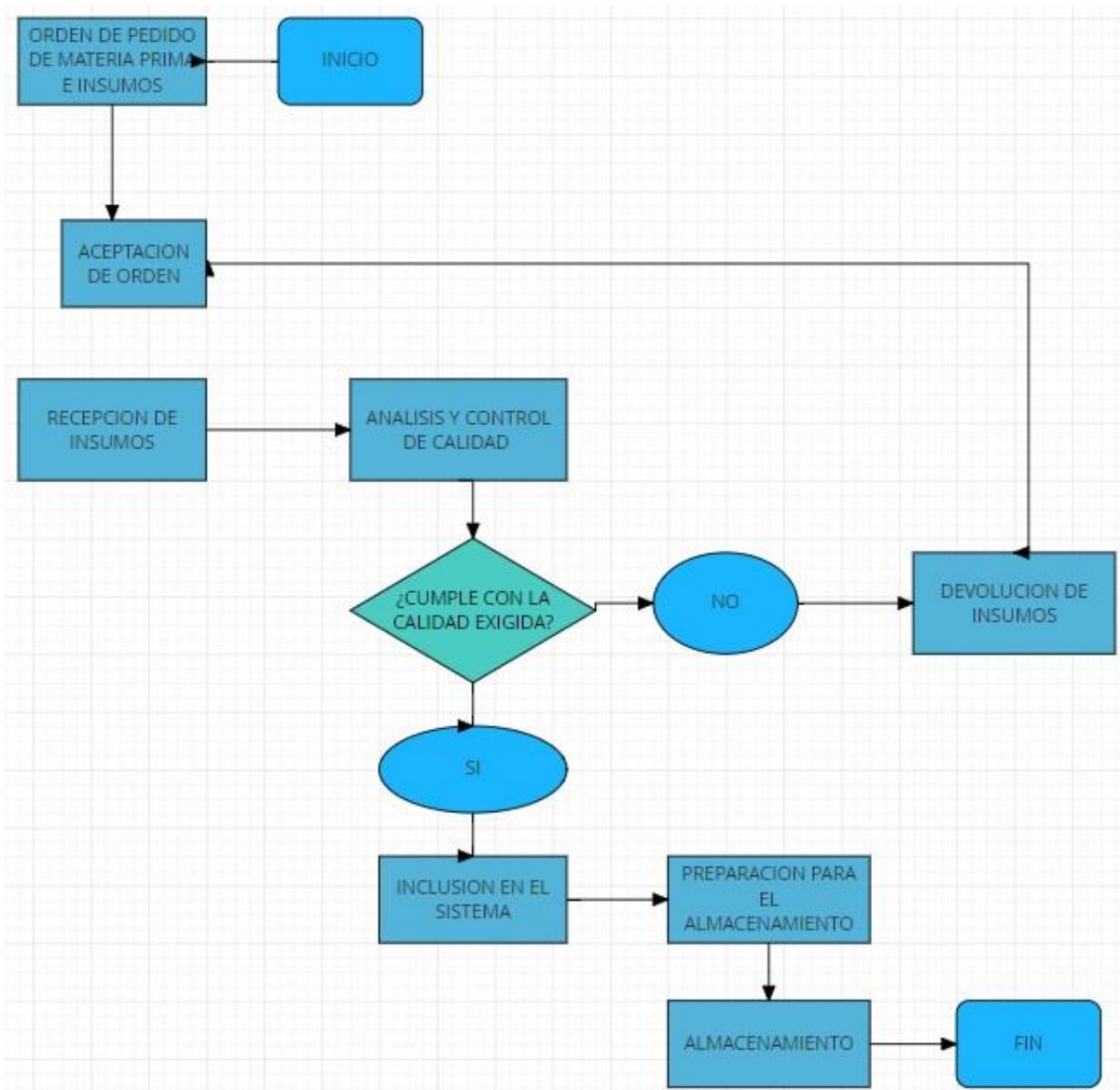
## 4. CÁPSULA TÉCNICA

### 4.1 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO O SERVICIO

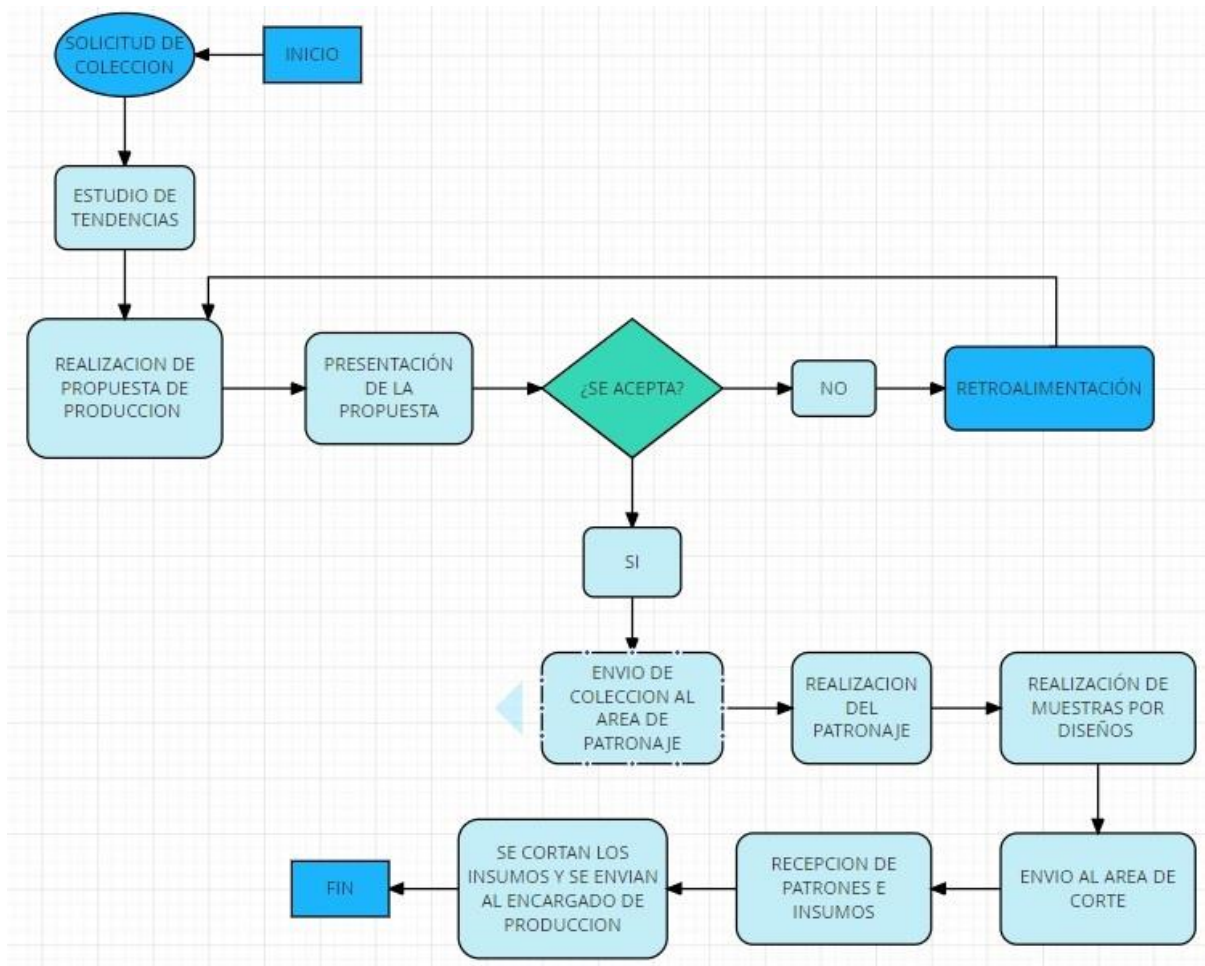
FICHA TÉCNICA	
Nombre del producto	Camisetas deportivas inteligentes
Nombre comercial del producto	Revolution Fit
	
Calidad	<p><b>Avalados por las siguientes certificaciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-ISO 9001 (Calidad)</li> <li>-ISO 14001 (Protección del medio ambiente)</li> </ul>
Generalidades	<p><b>Camisetas deportivas inteligentes que cuentan con las siguientes tecnologías:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Protección UV 50%, previene enfermedades por la exposición prolongada al sol.</li> <li>- Thermo, mantiene el confort de los usuarios con una temperatura corporal constante al realizar actividades en lugares de bajas temperaturas.</li> <li>- Odor protect, brinda protección a los usuarios por medio de la prevención de malos olores e infecciones al ejercitarse.</li> <li>- Dry, rápida absorción y secado de la humedad, ideal para las personas con sudoración excesiva.</li> </ul>
Requisitos Generales	<p><b>Las camisetas Revolution Fit deben cumplir con los siguientes requisitos generales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Empaque en buen estado.</li> <li>- Libre de humedad.</li> <li>- Sin orificios.</li> <li>- Sin decoloración o imperfectos.</li> </ul>
Requisitos Específicos	<p><b>Las camisetas Revolution Fit cumplen con los siguientes requisitos específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 100% poliéster</li> <li>- Peso 85 Gr</li> <li>- Tecnologías Dry, Odor protection, Thermo, Uv 50%.</li> </ul>
Colores	Negro, rojo, fluorescente, blanco, naranja, gris, verde, azul, amarillo, morado y neón.
Talla	S- M- L- XL- 2XL
Presentación	Bolsas biodegradables (amigables con el ambiente), las cuales varían su diseño según el número de producto contenido (bolsa de camiseta individual, bolsa dúo, kit deportivo).
Mantenimiento y conservación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lavar a pocas revoluciones.</li> <li>• Lavar en agua a temperatura templada.</li> <li>• No planchar.</li> </ul>
Vida Útil	36 - 48 meses de vida útil, siguiendo con las especificaciones de lavado, uso y conservación.

## 4.2 DIAGRAMA DE FLUJO Y MATRIZ DE RECURSOS

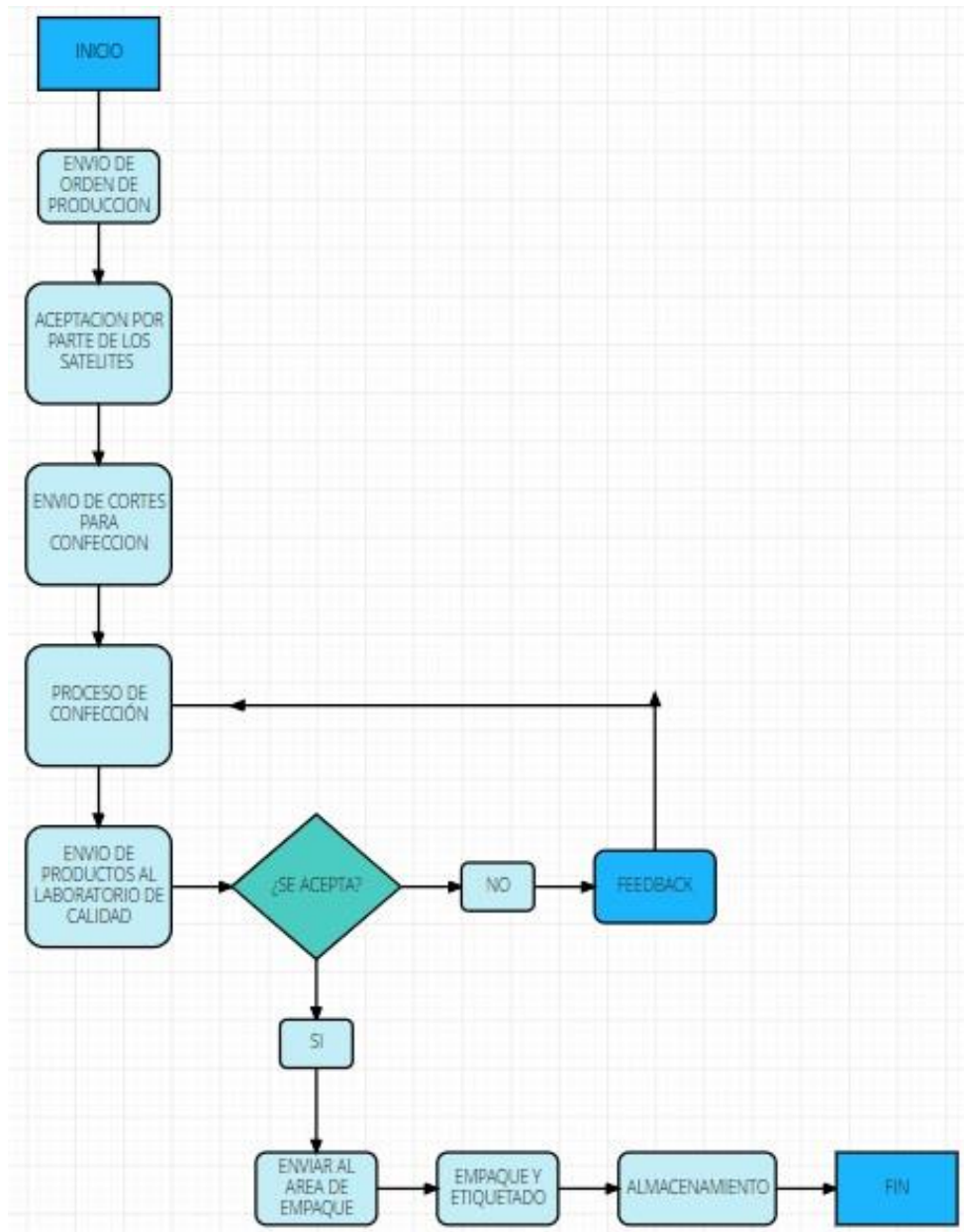
- COLOCACIÓN DE ORDEN DE PEDIDO



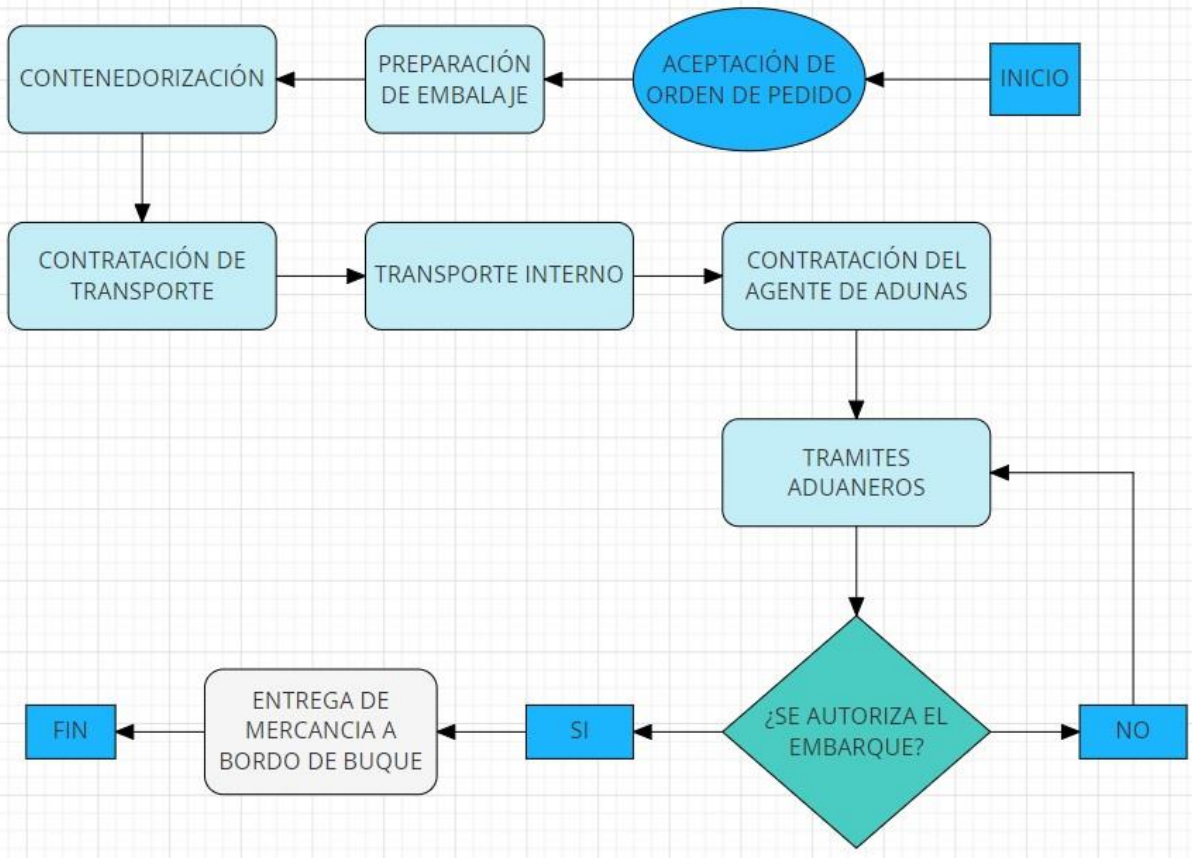
- **DISEÑO, PATRONAJE, CORTE**



- **PRODUCCIÓN**



- **PREPARACIÓN DE EMBALAJE Y DESPACHOS**





### 4.3 INVERSIONES

#### 4.3.1. MAQUINARIA Y EQUIPO

ITEM	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO
Computadores	3	\$ 1.040.800	\$ 3.121.800
Celulares	3	\$ 400.000	\$ 1.200.000
Teléfono fax	1	\$ 100.000	\$ 100.000
Impresora multifuncional	1	\$ 900.000	\$ 900.000
Proyector	1	\$ 650.000	\$ 650.000
Caja registradora	1	\$ 350.000	\$ 350.000
Lectora de barras inalámbrica	1	\$ 150.000	\$ 150.000
Etiquetadora	1	\$ 85.000	\$ 85.000
Cortadora de tela	4	\$ 1.100.000	\$ 4.400.000
Equipo para pruebas de encogimiento	1	\$ 680.000	\$ 680.000
Equipo para pruebas de rasgado.	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Extensómetro de telas	1	\$ 400.000	\$ 400.000
Equipo para pruebas de repelencia al agua.	1	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 15.336.800</b>

#### 4.3.2. MUEBLES Y ENSERES

ITEM	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO
Escritorios con sillas	3	\$ 400.000	\$ 1'200.000
Mesa de juntas con 8 sillas(incluidas)	1	\$ 720.000	\$ 720.000
Tablero de cristal	1	\$ 160.000	\$ 160.000
Dispensador de agua	1	\$ 307.000	\$ 307.000
Muebles sala de espera	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Archivador	1	\$ 568.000	\$ 568.000
Pallets	10	\$ 8.000	\$ 80.000
Góndolas metálicas	2	\$ 600.000	\$ 1'200.000
Televisor	1	\$ 730.000	\$ 730.000
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>		<b>\$ 5.465.000</b>

### 4.3.3. PREOPERATIVOS

ITEM	PRECIO
Registro cámara de comercio	\$ 632.200
Jurídico asesoría	\$ 300.000
Gastos Notariales	\$ 273.000
Nomina	\$ 26.483.822
Insumos	\$ 54.862.000
Registro como exportadores	\$ 112.800
Arrendamiento	\$ 1.500.000
Servicio públicos	\$ 700.000
Elementos de oficina	\$ 100.000
Adecuaciones	\$ 4.000.000
Imprevistos 5%	\$ 15.220.516
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 104.184.338</b>

### 4.3.4. RESUMEN DE INVERSIONES

DESCRIPCIÓN	VALOR
Maquinaria y Equipo	\$ 15.336.800
Muebles y Enseres	\$ 5.465.000
Pre-operativos	\$ 104.184.338
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 124.986.138</b>

## 4.4 MATERIA PRIMA E INSUMOS

### 4.4.1 PROVEEDORES

Revolution Fit tiene como proveedor principal a la empresa Lafayette, esta es una de las compañías productoras y distribuidoras de insumos textiles más representativas del país, gracias a los desarrollos tecnológicos que han implementado en los últimos años. Hoy por hoy es la única empresa en Colombia en implementar la nanotecnología para la producción de fibras textiles inteligentes. Es por esto que para las marcas interesadas en la confección de prendas con tecnología, Lafayette resulta un aliado esencial al brindar insumos con altas innovaciones tecnológicas a precios no tan elevados. De igual manera, cuenta con una capacidad productiva bastante amplia, capaz de acaparar todo el mercado colombiano de telas inteligentes, con tiempos de respuesta a los pedidos bastante rápidos y plazos de pagos que van desde los 30 – 90 días.

#### 4.4.2 CUADRO DE COSTOS

Los insumos utilizados por Revolution Fit al mes para producir 4.000 camisetas, se detallan en el siguiente cuadro con su respectiva unidad de medida, valor y descripción.

Elemento	Unidad de medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Descripción
Tela Hydrotech	Metros	4.000	9.985	39.940.000	Fibra textil modificada con nanotecnología.
Tela malla	Metros	1.000	4.000	4.000.000	Textil complementario.
Rip	Metros	2.000	100	200.000	10.000 metros de Rip para cuellos y mangas.
Marquillas	Unidades	4.000	50	200.000	Marquilla que incluye las especificaciones de la camiseta y las condiciones de uso.
Confección	Unidades	4.000	1.800	7.200.000	Tercerización de servicios a satélites de confección.
Lavandería	Unidades	4.000	200	800.000	Servicio de lavandería para los productos terminados.
Etiqueta	Unidades	4.000	50	200.000	Etiqueta con el logotipo de la marca, talla, descripción de tecnologías, etc.
Empaque	Unidades	4.000	600	2.400.000	Empaque de cartón de 13 cms de alto y 8 cms de diámetro.
Embalaje	Unidades	28	1.500	42.000	Cajas de cartón corrugado de dimensiones 60x50x50 cms.
<b>TOTAL</b>	-			<b>54.862.000</b>	-

#### 4.5 MANO DE OBRA OPERATIVA

<b>CARGO</b>	<b>SALARIO INDIVIDUAL</b>	<b>PRESTACIONES INDIVIDUALES</b>	<b>VALOR TOTAL A PAGAR POR LA EMPRESA</b>
1 Diseñador de modas	1.300.000	\$ 900.190	\$ 2.200.190
1 Patronista	1.000.000	\$ 711.640	\$ 1.711.640
1 Diseñador gráfico	1.300.000	\$ 900.190	\$ 2.200.190
1 Laboratorio de calidad	1.300.000	\$ 900.190	\$ 2.200.190
1 Supernumerario	1.000.000	\$ 711.640	\$ 1.711.640
4 Cortadores	737.717	\$ 502.529	\$ 4.960.984
2 Empacadores	737.717	\$ 502.529	\$ 2.480.492
1 Servicios generales	737.717	\$ 502.529	\$ 1.240.246
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 18.705.572</b>

#### 4.6 SISTEMAS DE CONTROL

La empresa cuenta con un laboratorio moderno, encargado de la revisión de la calidad de los productos ofrecidos, dicho espacio se encuentra administrado por un técnico industrial capacitado en sistemas de control de calidad y manejo de equipos para pruebas en telas. El proceso de control de calidad se dividirá en dos partes, primero se analizarán las telas en cuanto a porcentaje de estiramiento y recuperación, porcentaje de encogimiento, prueba de lavado y decoloración, verificación de tecnologías, etc. El segundo análisis se realiza después de que la prenda se encuentra terminada, en este momento se inspeccionan costuras, resistencia, etc.

Para llevar a cabo este proceso el laboratorio cuenta con equipo de alta tecnología que permite realizar todas las pruebas necesarias para validar la calidad ofrecida, entre estos elementos están:

- Equipo para pruebas de encogimiento.
- Equipo para pruebas de rasgado.
- Extensómetro de telas.
- Equipo digital de pruebas de reventamiento.
- Equipo para pruebas de repelencia al agua.

## 4.7 COSTOS POR PRODUCTO

Las camisetas deportivas con tecnologías de origen colombiano, tendrán un costo unitario de \$17.887.

<b>FICHA TECNICA DE COSTEO</b>				
MARCA	SECCIÓN	COLECCIÓN	CARACTERÍSTICA	TEMPORADA
REVOLUTION FIT	CAMISETA	MASCULINA	DEPORTIVA	2018-2019
CALIDAD	NOMBRE TELA	PROVEEDOR	PRECIO	
TELA PPAL	HYDROTECH	LaFayette	9.985	
MALLA	MALLA	LaFayette	1.000	
RIP	RIP	LaFayette	100	
TELA PPAL	\$ 9.985			
MALLA	\$ 1.000			
RIP	\$ 50			
CORTE	\$ 300			
CONFECCIÓN	\$ 1.800			
LAVANDERÍA	\$ 200			
MARQUILLA	\$ 20			
ETIQUETA	\$ 50			
EMPAQUE	\$ 600			
EMBALAJE	\$ 10,4			
COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 2.422,5			
GASTOS FIJOS	\$ 1.449,2			
<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$ 17.887,11</b>			

## 4.8 LOCALIZACIÓN

### 4.8.1 MACRO-LOCALIZACIÓN

La empresa Revolution Fit planea estar localizada en el país de Colombia con mercado en Estados Unidos, gracias a una oportunidad de negocio que se identificó previamente.

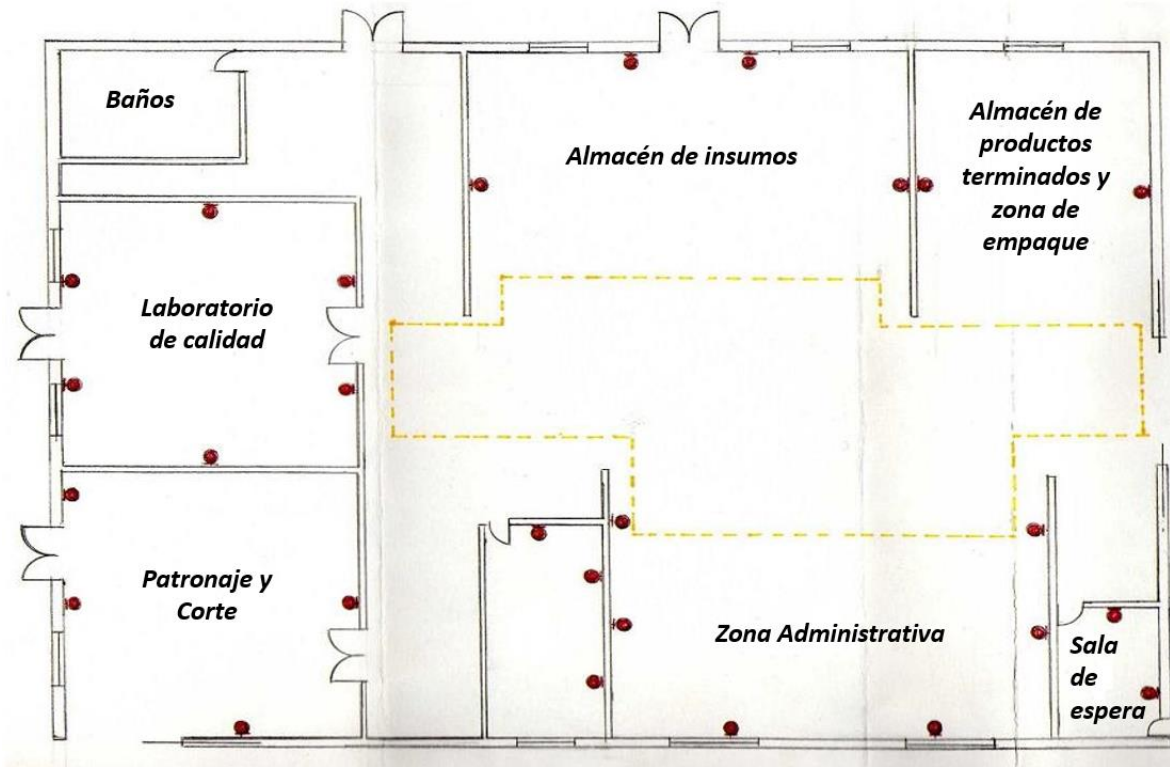
### 4.8.2 MICRO-LOCALIZACIÓN

Teniendo en cuenta que el objetivo de Revolution Fit es penetrar el mercado norteamericano, se iniciaran operaciones con presencia en los siguientes estados con sus respectivas ciudades:

- Oregon (Portland, Cannon Beach, Brookings, Hood River)
- Utah (Salt Lake City, Park City, North Salt Lake)
- Colorado (Denver, Colorado Springs, Grand Junction, Englewood)
- Alabama (Birmingham, Montgomery, Hoover)
- Tennessee (Nashville, Memphis, Johnson City)
- Vermont (Newport, Manchester)

#### 4.9 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y ANÁLISIS DE CAPACIDAD

La planta de operaciones de Revolution Fit contará con la siguiente distribución:



#### 4.10 PLAN DE PRODUCCIÓN

Revolution Fit plantea un plan de producción anual de 48.000 camisetas deportivas, con un incremento de la producción año tras año del 5%, esto se ve reflejado en la siguiente tabla:

REVOLUTION FIT						
PRODUCCIÓN/MES		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5
CAMISETA MASCULINA	Unidades	48.000	50.400	52.920	55.566	58.344
	Costos	\$858.581.280	\$901.510.344	\$946.585.861	\$993.915.154	\$1.043.605.546

En el anterior cuadro se analiza cómo Revolution Fit plantea un plan de producción inicial de 4.000 unidades mes a mes. Hay que recalcar que en la temporada de verano se festejan grandes eventos deportivos con los cuales se debe suplir la demanda de los productos de esta naturaleza.

#### 4.11 PLAN DE COMPRAS

Basado en el plan de producción se puede aclarar qué revolution fit produce mensualmente 4.000 unidades, para producir 4.000 unidades es revolution fit necesita de los siguientes insumos con su respectivo precio:

INSUMO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Tela	4000	Metros	\$ 9.985	\$ 39.940.000
Malla	1000	Metros	\$ 4.000	\$ 4.000.000
Rip	2000	Metros	\$ 100	\$ 200.000
Embalaje	28	Unidades	\$ 1.500	\$ 42.000
Empaque de cartón con etiqueta	4000	Unidades	\$ 600	\$ 2.400.000
Etiqueta del producto	4000	Unidades	\$ 50	\$ 200.000
Confección	4000	Unidades	\$ 1.800	\$ 7.200.000
Marquilla	4000	Unidades	\$ 20	\$ 80.000
Lavandería	4000	Unidades	\$ 200	\$ 800.000
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 54.862.000</b>

Como se puede ver en la tabla anterior, el valor total de los insumos de producción de las 4.000 unidades es de \$54.862.000 lo que significa que cada unidad tiene un valor de \$13.715,5 solo en insumos.

## 5. CÁPSULA ADMINISTRATIVA

### 5.1 TIPO DE EMPRESA Y OBJETO SOCIAL

Revolution fit es una empresa establecida como persona jurídica, bajo la figura de S.A.S ya que este nos ofrece variedades de beneficios tales como una estructura flexible de capital el cual puede ser diferido hasta por 2 años.

Adicionalmente permite contar con pocos socios (3) quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.

La sociedad tendrá como objeto principal “producción y comercialización prendas y accesorios deportivos y realización de actividades de comercio exterior”. La sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

### 5.2 MISIÓN

Revolution Fit es una empresa innovadora e integral dedicada a la producción y comercialización de camisetas deportivas inteligentes a través de un personal altamente calificado. Nuestros productos están diseñados y fabricados con los mejores estándares de calidad para mejorar el rendimiento de todas las personas amantes al deporte.

Adicionalmente, la empresa se encuentra comprometida socialmente, generando empleo para las madres cabezas de familia de Pereira y Dosquebradas.

### 5.3 VISIÓN

Ser en el 2025 una empresa reconocida a nivel nacional e internacional por calidad, innovación y excelente servicio que ofrecemos a nuestros clientes.

### 5.4 OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICOS

- **Objetivo general:** Producir y comercializar camisetas deportivas inteligentes, que brindan el máximo confort al consumidor en sus actividades deportivas.

- **Objetivos específicos:**

- Generar un alto margen de rentabilidad
- Lograr un posicionamiento en el mercado
- Comercializar los productos de la marca en mercados internacionales.



## 5.5 POLÍTICAS

- Todo el personal perteneciente a la empresa debe desempeñar su trabajo con responsabilidad, compromiso y esmero, siguiendo el direccionamiento de la compañía.
- Ofrecemos productos textiles de calidad satisfaciendo a nuestros clientes, mediante la mejora continua de procesos, el desarrollo permanente de nuestro recurso humano y la creación de diseños exclusivos.
- Cada integrante de la empresa deberá cumplir y respetar los horarios laborales establecidos para cumplir de manera efectiva cada una de las funciones que se están desempeñando.
- Mantener las buenas relaciones interpersonales y el trabajo en equipo es una política vital para la empresa en pro de crear un ambiente laboral adecuado.
- Contribuir con el cuidado del medio ambiente mediante el uso adecuado de residuos de telas para crear artículos secundarios.
- Dar uso adecuado a cada uno de los equipos e instalaciones que hacen parte de la empresa y cuidar este con su respectivo mantenimiento.
- Presentarse en las instalaciones con los elementos y dotación de seguridad previamente acordada según el cargo a desempeñar.

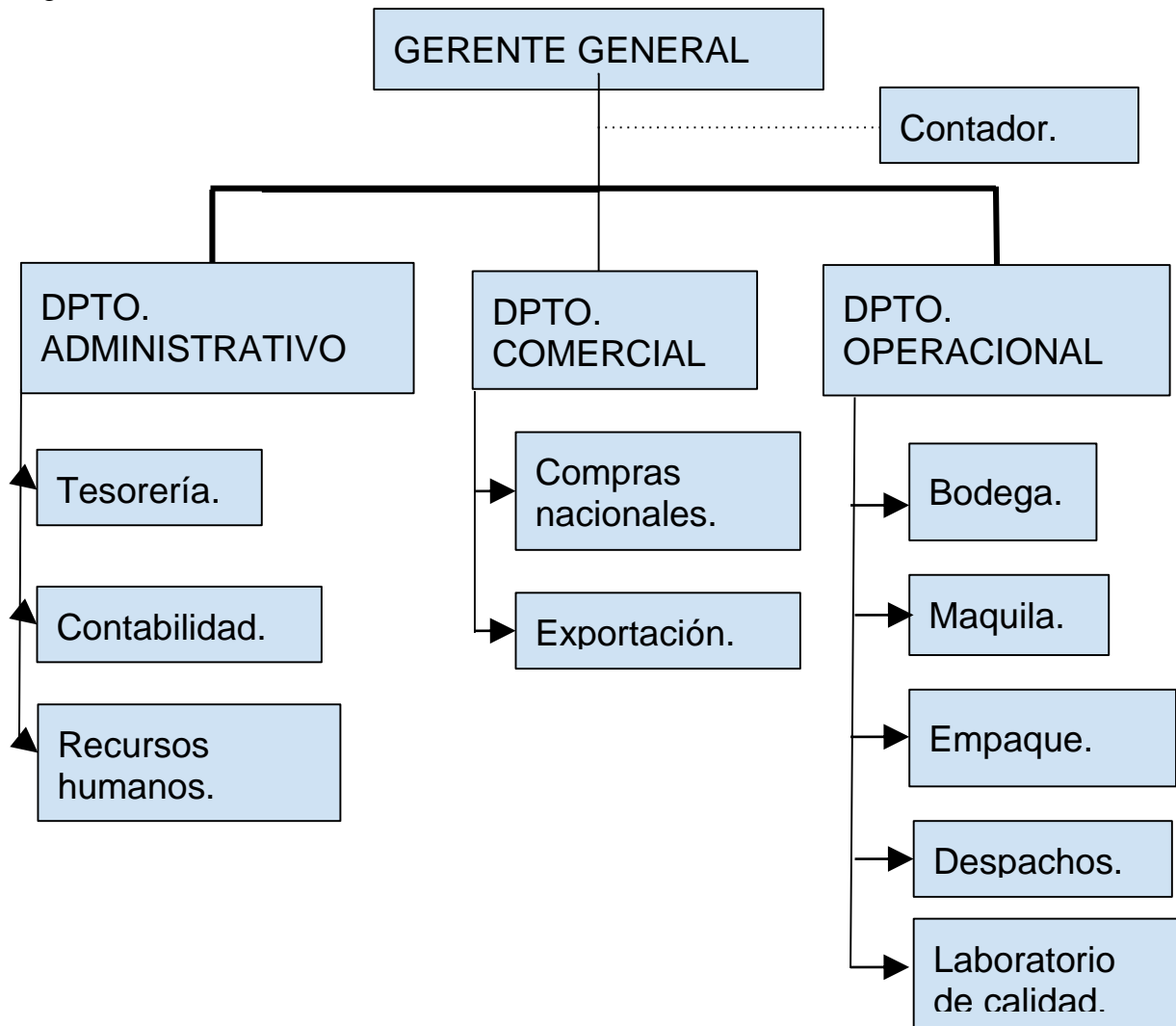
## 5.6 VALORES CORPORATIVOS

Los valores son las cualidades positivas con las cuales se cuenta para desarrollar una acción. Revolution Fit cuenta con los siguientes valores:

- **Responsabilidad:** Asumir las consecuencias de lo que se hace o se deja de hacer en la empresa y su entorno.
- **Puntualidad:** cumplir con los compromisos, obligaciones y deberes en el tiempo acordado.
- **Honestidad:** obrar con una actitud clara y transparente en el cumplimiento de cada una de las actividades de la empresa.
- **Respeto:** desarrollar una conducta de buenas relaciones interpersonales, con los clientes, compañeros, medio ambiente y entorno.
- **Equidad:** Proceder de forma justa e imparcial, buscando un impacto social positivo.
- **Trabajo en Equipo:** Con el aporte de todos los que intervienen en los diferentes procesos de la empresa buscamos el logro de los objetivos organizacionales.
- **Innovación:** Buscando nuevas formas de implementar procesos, obtener productos, gestionar recursos, comercializar nuestros productos y organizar nuestra compañía.

## 5.7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Revolution Fit es una empresa enfocada en la satisfacción de sus clientes a través de los productos más innovadores con los mejores precios del mercado, para lograr esto la empresa tiene un excelente equipo de trabajo el cual se enfoca y se organiza adecuadamente para tener un buen control en sus procesos, esto se puede ver reflejado en el siguiente organigrama organizacional.



## 5.8 PERFILES DE CARGOS

### ·Contador

Descripción del cargo	Numero 1
<b>Nombre del cargo:</b> CONTADOR	<b>Salario:</b> 450.000
<b>Perfil ideal de la persona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>·Profesional en contaduría y auditoría pública</li> <li>·Edad entre 22 a 32 años</li> <li>·Experiencia mínima de 2 años</li> <li>·Con capacidad de analizar y proponer los métodos para los registros contables, tributarios y financieros de la institución.</li> </ul>	
<b>Funciones principales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>·Coordinar y dictar directrices sobre la aplicación de las normas emitidas por la contaduría general de la nación</li> <li>·Preparar, analizar y consolidar información referente a los registros contables de la empresa</li> <li>·Custodia y archivo de los libros oficiales de contabilidad de la empresa</li> </ul>	
<b>Normas Generales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conservar y mantener en buen estado las dotaciones de trabajo</li> <li>• Acatar las órdenes e instrucciones dadas por el patrono o sus representantes.</li> <li>• Tener en cuenta las indicaciones sobre prevención de accidentes y de enfermedades profesionales.</li> <li>• Tener buena relación con sus compañeros de trabajo.</li> <li>• No sustraer materias primas o bienes de la empresa.</li> <li>• No Faltar al trabajo sin justa causa o sin autorización.</li> <li>• No Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo efectos de drogas o narcóticos</li> </ul>	
<b>Cargo al que le reporta directamente:</b> Gerente administrativo	
<b>Personas a cargo:</b> 0	

•Diseñador de modas

Descripción del cargo	Numero 1
<b>Nombre del cargo:</b> DISEÑADOR DE MODAS	<b>Salario:</b> 1.300.000
<b>Perfil ideal de la persona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesional en Diseño y gestión de modas</li> <li>• Edad entre 22 a 32 años</li> <li>• Inglés B2</li> <li>• Experiencia mínima de 2 años en diseño y confección de ropa deportiva</li> <li>• Con capacidad de gestionar y diseñar colecciones relacionadas a la cultura y el mercado de los Estados Unidos</li> </ul>	
<b>Funciones principales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir, planificar y generar productos y colecciones de vestuario, prendas de vestir y accesorios deportivos.</li> <li>• Investigar el sector productivo, los materiales y las tendencias, elementos que le permiten una adecuada integración de forma, función e identidad de las prendas de vestir y sus accesorios</li> <li>• Gestionar y mercadear sus servicios y productos, resultado de su intervención con sujeción a las normas legales vigentes</li> </ul>	
<b>Normas Generales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conservar y mantener en buen estado las dotaciones de trabajo</li> <li>• Acatar las órdenes e instrucciones dadas por el patrono o sus representantes.</li> <li>• Tener en cuenta las indicaciones sobre prevención de accidentes y de enfermedades profesionales.</li> <li>• Tener buena relación con sus compañeros de trabajo.</li> <li>• No sustraer materias primas o bienes de la empresa.</li> <li>• No Faltar al trabajo sin justa causa o sin autorización.</li> <li>• No Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo efectos de drogas o narcóticos.</li> </ul>	
<b>Cargo al que le reporta directamente:</b> Gerente administrativo	
<b>Personas a cargo:</b> Personal de Patronaje y corte	

•Patronista

Descripción del cargo	Numero 1
<b>Nombre del cargo:</b> PATRONISTA	<b>Salario:</b> 1.000.000
<b>Perfil ideal de la persona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnico en Patronaje industrial para la moda</li> <li>• Edad entre 22 a 32 años</li> <li>• Experiencia mínima de 2 años en Patronaje para la moda</li> <li>• Con capacidad de realizar de forma autónoma y responsable patrones industrializados y escalados, controlando la producción de prototipo a partir del trazado y la transformación de patrones basados en los diseños de moda.</li> </ul>	
<b>Funciones principales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar técnicas y métodos de interpretación de ficha técnica y órdenes de fabricación para realizar el patrón basado en un diseño de modas.</li> <li>• Aplicar técnicas de identificación de los materiales, herramientas y maquinarias a utilizar según la tarea asignada y de acuerdo con las especificaciones de la ficha técnica.</li> <li>• Aplicar técnicas y métodos de escalado de los patrones del prototipo de modas.</li> </ul>	
<b>Normas Generales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conservar y mantener en buen estado las dotaciones de trabajo</li> <li>• Acatar las órdenes e instrucciones dadas por el patrono o sus representantes.</li> <li>• Tener en cuenta las indicaciones sobre prevención de accidentes y de enfermedades profesionales.</li> <li>• Tener buena relación con sus compañeros de trabajo.</li> <li>• No sustraer materias primas o bienes de la empresa.</li> <li>• No Faltar al trabajo sin justa causa o sin autorización.</li> <li>• No Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo efectos de drogas o narcóticos.</li> </ul>	
<b>Cargo al que le reporta directamente:</b> Gerente administrativo	
<b>Personas a cargo:</b> Personal de corte	

•Diseñador gráfico

Descripción del cargo	Numero 1
<b>Nombre del cargo:</b> DISEÑADOR GRÁFICO	<b>Salario:</b> 1.300.000
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perfil ideal de la persona:</li> <li>• Profesional diseño de arte gráfico</li> <li>• Edad entre 22 a 32 años</li> <li>• Inglés B2</li> <li>• Experiencia mínima de 2 años en manejo de programas de diseño como Adobe Illustrator, CorelDraw, entre otros.</li> <li>• Con una capacidad Humanística, científica y Técnica, que le permite descubrir y solucionar estratégicamente necesidades de comunicación visual del escenario contemporáneo, mediante el diseño y producción gráficos con identidad y estilo.</li> </ul>	
<b>Funciones principales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear sistemas de identidad corporativa, piezas publicitarias, diseño de packaging, comerciales de televisión, páginas Web entre otros, los cuales se enfoquen en el mercado y cultura estadounidense.</li> <li>• Conceptualizar y desarrollar proyectos experimentales y expresivos que combinen imagen en movimiento, sonido e interacción, enfocados en el estilo deportivo cotidiano y casual estadounidense.</li> <li>• Formular, desarrollar y liderar proyectos de investigación en diseño (teórico y proyectual), teniendo como ejes principales los diferentes ámbitos del diseño deportivo.</li> </ul>	
<b>Normas Generales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conservar y mantener en buen estado las dotaciones de trabajo.</li> <li>• Acatar las órdenes e instrucciones dadas por el patrono o sus representantes.</li> <li>• Tener en cuenta las indicaciones sobre prevención de accidentes y de enfermedades profesionales.</li> <li>• Tener buena relación con sus compañeros de trabajo.</li> <li>• No sustraer materias primas o bienes de la empresa.</li> <li>• No Faltar al trabajo sin justa causa o sin autorización.</li> <li>• No Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo efectos de drogas o narcóticos.</li> </ul>	
<b>Cargo al que le reporta directamente:</b> Gerente administrativo	
<b>Personas a cargo:</b> 0	

·Técnico industrial

Descripción del cargo	Numero 1
<b>Nombre del cargo:</b> TECNICO INDUSTRIAL	<b>Salario:</b> 1.300.000
<b>Perfil ideal de la persona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Persona certificada en técnico industrial</li> <li>• Edad entre 22 a 42 años</li> <li>• Experiencia mínima de 2 años en laboratorios de calidad de textiles</li> <li>• Con capacidad de analizar y proponer los métodos para los registros contables, tributarios y financieros de la institución</li> </ul>	
<b>Funciones principales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrar el laboratorio de calidad</li> <li>• Analizar los textiles que se manejan en los procesos productivos de la empresa en cuanto a los insumos y a los productos terminados.</li> <li>• Formular, desarrollar y liderar proyectos de investigación en los textiles manejados en el proceso productivo.</li> </ul>	
<b>Normas Generales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conservar y mantener en buen estado las dotaciones de trabajo</li> <li>• Acatar las órdenes e instrucciones dadas por el patrono o sus representantes.</li> <li>• Tener en cuenta las indicaciones sobre prevención de accidentes y de enfermedades profesionales.</li> <li>• Tener buena relación con sus compañeros de trabajo.</li> <li>• No sustraer materias primas o bienes de la empresa.</li> <li>• No Faltar al trabajo sin justa causa o sin autorización.</li> <li>• No Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo efectos de drogas o narcóticos.</li> </ul>	
<b>Cargo al que le reporta directamente:</b> Gerente administrativo	
<b>Personas a cargo:</b> 0	

•Supernumerario

Descripción del cargo	Numero 1
<b>Nombre del cargo:</b> SUPERNUMERARIO	<b>Salario:</b> 1.000.000
<b>Perfil ideal de la persona:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Persona certificada como bachiller</li><li>• Edad entre 22 a 32 años</li><li>• Experiencia mínima de 6 meses</li><li>• Con un carácter proactivo y con la capacidad de trabajar bajo presión.</li></ul>	
<b>Funciones principales:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Manejar el inventario</li><li>• Manejar y paletizar la mercancía</li><li>• Apoyar a las distintas áreas de la empresa</li></ul>	
<b>Normas Generales:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Conservar y mantener en buen estado las dotaciones de trabajo</li><li>• Acatar las órdenes e instrucciones dadas por el patrono o sus representantes.</li><li>• Tener en cuenta las indicaciones sobre prevención de accidentes y de enfermedades profesionales.</li><li>• Tener buena relación con sus compañeros de trabajo.</li><li>• No sustraer materias primas o bienes de la empresa.</li><li>• No Faltar al trabajo sin justa causa o sin autorización.</li><li>• No Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo efectos de drogas o narcóticos.</li></ul>	
<b>Cargo al que le reporta directamente:</b> Gerente administrativo	
<b>Personas a cargo:</b> 0	



•Cortadores

Descripción del cargo	Numero 1
<b>Nombre del cargo:</b> CORTADOR	<b>Salario:</b> 737.717
<b>Perfil ideal de la persona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnico en cortadura de textiles</li> <li>• Edad entre 22 a 50 años</li> <li>• Experiencia mínima de 1 año</li> <li>• Con una capacidad para insertarse en el sector de moldería y corte para la producción de prendas y complementos textiles de prendas deportivas</li> </ul>	
<b>Funciones principales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interpretar fichas técnicas y órdenes de trabajo para la organización y realización del mismo.</li> <li>• Operar las máquinas de corte de modo eficaz y eficiente, utilizando los elementos de protección personal, de acuerdo a las medidas de seguridad.</li> <li>• Comprobar el cumplimiento de los estándares de producción, de calidad y de tiempo.</li> </ul>	
<b>Normas Generales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conservar y mantener en buen estado las dotaciones de trabajo</li> <li>• Acatar las órdenes e instrucciones dadas por el patrono o sus representantes.</li> <li>• Tener en cuenta las indicaciones sobre prevención de accidentes y de enfermedades profesionales.</li> <li>• Tener buena relación con sus compañeros de trabajo.</li> <li>• No sustraer materias primas o bienes de la empresa.</li> <li>• No Faltar al trabajo sin justa causa o sin autorización.</li> <li>• No Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo efectos de drogas o narcóticos.</li> </ul>	
<b>Cargo al que le reporta directamente:</b> Gerente administrativo, Diseñador de modas, Patronista.	
<b>Personas a cargo:</b> 0	

•Empacadores

Descripción del cargo	Numero 1
<b>Nombre del cargo:</b> Empacador	<b>Salario:</b> 737.717
<b>Perfil ideal de la persona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Persona certificada como bachiller</li> <li>• Edad entre 22 a 50 años</li> <li>• Experiencia mínima de 6 meses</li> <li>• Con la capacidad de empacar y embalar grandes cantidades del producto terminado para su comercialización.</li> </ul>	
<b>Funciones principales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinar, empacar y embalar grandes cantidades del producto terminado para su comercialización.</li> </ul>	
<b>Normas Generales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conservar y mantener en buen estado las dotaciones de trabajo</li> <li>• Acatar las órdenes e instrucciones dadas por el patrono o sus representantes.</li> <li>• Tener en cuenta las indicaciones sobre prevención de accidentes y de enfermedades profesionales.</li> <li>• Tener buena relación con sus compañeros de trabajo.</li> <li>• No sustraer materias primas o bienes de la empresa.</li> <li>• No Faltar al trabajo sin justa causa o sin autorización.</li> <li>• No Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo efectos de drogas o narcóticos.</li> </ul>	
<b>Cargo al que le reporta directamente:</b> Gerente administrativo	
<b>Personas a cargo:</b> 0	

·Servicios generales

Descripción del cargo	Numero 1
<b>Nombre del cargo:</b> AUXILIAR DE SERVICIOS GENERALES	<b>Salario:</b> 737.717
<b>Perfil ideal de la persona:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnico Auxiliar en servicios generales</li> <li>• Edad entre 22 a 50 años</li> <li>• Experiencia mínima de 6 meses</li> <li>• Con la capacidad de laborar largas jornadas de trabajo y con la actitud de realizar sus labores.</li> </ul>	
<b>Funciones principales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asear las instalaciones, manejar las maquinarias y tratamiento de pisos.</li> </ul>	
<b>Normas Generales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conservar y mantener en buen estado las dotaciones de trabajo</li> <li>• Acatar las órdenes e instrucciones dadas por el patrono o sus representantes.</li> <li>• Tener en cuenta las indicaciones sobre prevención de accidentes y de enfermedades profesionales.</li> <li>• Tener buena relación con sus compañeros de trabajo.</li> <li>• No sustraer materias primas o bienes de la empresa.</li> <li>• No Faltar al trabajo sin justa causa o sin autorización.</li> <li>• No Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo efectos de drogas o narcóticos.</li> </ul>	
<b>Cargo al que le reporta directamente:</b> Gerente administrativo	
<b>Personas a cargo:</b> 0	

## **5.9 MANEJO ADMINISTRATIVO**

La empresa Revolution Fit está conformada por tres accionistas principales los cuales se van a encargar de todo el manejo administrativo de la compañía, las operaciones se van a realizar de la siguiente manera:

- El departamento administrativo estará dirigido por Kevin Bayron Perlaza Galvis. Este a su vez tendrá el control de la tesorería, tendrá un acompañamiento al área contable y recursos humanos.
- El departamento Comercial estará dirigido por Jorge Andres García Sánchez. Este a su vez tendrá el control de las compras a proveedores nacionales y de las exportaciones.
- El departamento de operaciones estará dirigido por Cristian Eduardo Cruz Calderón. Este a su vez tendrá el control de la logística empresarial, distribución física internacional y llevará un seguimiento a los satélites de producción.

## **5.10 ENTIDADES DE APOYO**

Las entidades de apoyo que van apoyar revolution fit son entidades las cuales manejan un conocimiento en materia de exportaciones

- Cámara de Comercio de Pereira.
- Bancoldex.
- Procolombia.
- Fondo emprender.
- Innpulsa.
- Segurexpo.
- Cluster Juntos Eje Cafetero.

## 6. CÁPSULA LEGAL

### 6.1 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES

Revolution Fit se encuentra actualmente en estado de empresa informal en Colombia al no contar con registro público. Para su debida formalización como persona jurídica bajo la figura de S.A.S, la empresa deberá adelantar el proceso de registro ante Cámara de Comercio de la siguiente manera:

- Verificar que el nombre o la sigla que se va a utilizar para la sociedad no se encuentre registrado. Esta verificación de homonimia se puede realizar a través de la página web: [www.rues.org.co.co](http://www.rues.org.co.co).
- Diligenciamiento del formulario de matrícula “formulario de Registro Único Empresarial”.
- Para las sociedades cuyo domicilio principal sea la ciudad de Pereira, la apertura de la empresa y del establecimiento de comercio queda reportado ante las diferentes entidades municipales de control, como son Secretaría de Salud, Secretaría de Gobierno y Bomberos. Este formato CAE y de Ventanilla Única debe ser suscrito igualmente por el Representante Legal de la sociedad.
- verificación de Uso de Suelo dependiendo de la actividad económica a desarrollar, y de la ubicación del establecimiento de comercio o de la sociedad, en la ciudad de Pereira.
- En el CAE, en la Ventanilla Única o en las pantallas de autoconsulta, se da el acompañamiento en el diligenciamiento de la pre inscripción del Registro Único Tributario RUT.
- Orientación en forma integral sobre las medidas de seguridad a tener en cuenta, tales como: Normas de Salud e Higiene, derechos de autor, impacto ambiental, medidas de seguridad y bomberos.
- Presentar original y copia de la cédula del Representante Legal.

De igual manera la empresa debe incurrir en los siguientes costos para el registro y formalización de la empresa ante Cámara de Comercio.

DOCUMENTOS A ENVIAR	VALOR TOTAL
Valor matricula Persona Jurídica	\$335.000
Otros (Aporte Estab/Autorización Menores/Formularios)	\$5.200
Certificados (DIAN - IND Y CIO - CTE)	\$10.400
Inscripción	\$39.000
Boleta Fiscal	\$210.000

Libros (Actas de asamblea - registro de accionista)	\$25.600
Hojas de libros	\$7.000
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>\$ 632.200</b>

Adicionalmente, la empresa se formalizará legalmente mediante escritura pública, la cual será autenticada en la Notaría Cuarta de Pereira, junto con los estatutos elaborados ante Cámara de Comercio y firma de los 3 socios inversionistas. Estos trámites notariales tienen un costo de \$273.000.

## **6.2 NORMATIVA REGIONAL**

Los demás trámites que debe realizar Revolution Fit para poder iniciar sus operaciones en la ciudad de Pereira son los siguientes:

- Inscripción R.U.T
- Inscripción en el Sistema nacional de bomberos
- Registro de industria y comercio
- Certificado de uso de suelo
- Registro de avisos y tableros
- Registro de Sayco y acinpro
- Registro en el sistema de seguridad social.

## 7. CÁPSULA DE PRESUPUESTOS

### 7.2 VENTAS EXPORTACIÓN EN PESOS

REVOLUTION FIT						
VENTAS / INGRESOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAMISETA MASCULINA DEPORTIVA	unidades	48.000	50.400	52.920	55.566	58.344
	precio	25.000	26.250	27.563	28.941	30.388
	ingresos	1.200.000.000	1.323.000.000	1.458.633.960	1.608.135.606	1.772.957.472
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>1.200.000.000</b>	<b>1.323.000.000</b>	<b>1.458.633.960</b>	<b>1.608.135.606</b>	<b>1.772.957.472</b>

### 7.3 VENTAS TOTALES EN PESOS

REVOLUTION FIT						
VENTAS / INGRESOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAMISETA MASCULINA DEPORTIVA	unidades	48.000	50.400	52.920	55.566	58.344
	precio	25.000	26.250	27.563	28.941	30.388
	ingresos	1.200.000.000	1.323.000.000	1.458.633.960	1.608.135.606	1.772.957.472
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>1.200.000.000</b>	<b>1.323.000.000</b>	<b>1.458.633.960</b>	<b>1.608.135.606</b>	<b>1.772.957.472</b>

### 7.4 INGRESOS

Revolution Fit planea el otorgamiento de créditos de pagos de facturas por un plazo máximo de 60 días, con la condición de recibir un pago anticipado por el 30% del valor total de la factura; De igual manera los clientes tendrán la posibilidad de realizar las consignaciones con estos medios de pagos:

- Tarjeta de crédito y débito.
- Pago electrónico.
- Carta de crédito.
- Cuentas de compensación.

### 7.5 COSTO DE LA MERCANCÍA VENDIDA

VALORACIÓN DE EXISTENCIAS						
INSUMOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	unidades	324.336	340.553	357.580	375.459	394.232
	precio	2.030	2.131	2.238	2.350	2.467
<b>TOTAL EN EXISTENCIAS</b>	<b>valor</b>	<b>658.343.700</b>	<b>725.823.929</b>	<b>800.219.897</b>	<b>882.242.436</b>	<b>972.672.409</b>

### 7.6 PRODUCCIÓN

REVOLUTION FIT						
PRODUCCIÓN/MES		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5
CAMISETA MASCULINA	Unidades	48.000	50.400	52.920	55.566	58.344
	Costos	\$858.581.280	\$901.510.344	\$946.585.861	\$993.915.154	\$1.043.605.546

## 7.7 COMPRAS

COMPRAS /SUMINISTROS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INSUMOS CAMISETA	unidades	324.336	340.553	357.580	375.459	394.232
	precio	2.030	2.131	2.238	2.350	2.467
	costes	658.343.700	725.823.929	800.220.881	882.243.522	972.673.483
	unidades					
<b>TOTAL COSTES</b>		<b>658.343.700</b>	<b>725.823.929</b>	<b>800.220.881</b>	<b>882.243.522</b>	<b>972.673.483</b>

## 7.8 PAGOS A PROVEEDORES

La empresa Lafayette maneja 2 líneas de descuento, En la primera otorgan un 20% de descuento por el pago total de las facturas a un plazo máximo de 30 días, mientras que con la segunda línea, ofrecen un 10% de descuento por el pago total de la factura en un plazo máximo de 60 días.

Teniendo en cuenta la información anterior y analizando la capacidad de pago de la empresa, Revolution Fit opta por la implementación de la segunda línea de pago (10% de descuento a 60 días).

## 7.9 NÓMINA Y COMISIONES

PERSONAL	DATOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario medio mensual	16.014.019,00	192.168.228	209.852.509	219.295.872	229.164.186	239.476.575
Incremento salarial anual	4,50%					
Nº de empleados año 1	16					
Nº de empleados año 2	16					
Nº de empleados año 3	16					
Nº de empleados año 4	16					
Nº de empleados año 5	16					
% coste Seguridad Social	51,33%	98.639.951	107.717.293	112.564.571	117.629.977	122.923.326
<b>Total gastos de personal</b>		<b>290.808.179</b>	<b>317.569.802</b>	<b>331.860.443</b>	<b>346.794.163</b>	<b>362.399.901</b>

## 7.10 GASTOS DE PUBLICIDAD

ESTRATEGIA	VALOR \$\$
Publicidad	\$ 4.800.000
Precio	\$ 21.600.000
Promoción	\$ 16.050.000
Distribución	\$ 2.112.171
Servicios / Garantía	\$ 6.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 50.562.171</b>



## 7.11 OTROS GASTOS (Gastos de Puesta en Marcha)

Descripción	Valor
Maquinaria y equipo	\$ 11.315.000
Muebles y enseres	\$ 9.486.800
Gastos legales	\$ 1.018.000
Mezcla de Mercadeo	\$ 50.562.171
apertura cuenta bancaria	\$ 150.000
Asesoría Jurídica	\$ 300.000
Adecuaciones	\$ 4.000.000
Imprevistos y ocultos	\$ 15.366.394
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 92.198.365</b>

## 7.12 APLICACIÓN DE CRÉDITOS

Para llevar a cabo el proyecto de Revolution Fit es necesaria una inyección de capital de \$1.094.250.244, valor con el cual se hará la adquisición de la maquinaria, se adecuarán las instalaciones, se comprarán los insumos y materia prima, se realizarán los pagos de nómina de los primeros periodos, se financiarán las misiones comerciales al país objetivo y se pagarán todos los costos de mercadeo.

A continuación, se muestran los resultados del simulador de créditos de libre inversión de BANCOLOMBIA:

### Resultado de la Simulación

Los valores resultantes de esta simulación, son informativos, aproximados y podrán variar de acuerdo a las políticas de estudio y aprobación del crédito por parte de Bancolombia.

Tasa efectiva anual utilizada en la simulación	19.28%
Tasa mes vencida utilizada en la simulación	1.48%
Cuota mensual	\$27,644,097.18
Seguro de vida asociado a la deuda por cuota	\$1,258,387.78
Cuota mensual más seguro(s)	\$28,902,484.96
Plazo	60 meses

## Plan de Pagos

A continuación te presentamos el detalle de tu simulación a través de las siguientes columnas: Número de cuota, Abono a intereses, Abono a capital, Cuota mensual sin seguros, Valor del seguro de vida asociado a la deuda, Cuota mensual más seguro y Saldo.

Cuota #	Abono a intereses	Abono a capital	Cuota mensual sin seguros	Valor del seguro de vida asociado a la Deuda	Cuota mensual mas seguros	Saldo
0	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$1,258,387.78	\$0.00	\$1,094,250,244.00
1	\$16,194,903.61	\$11,449,193.57	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$1,082,801,050.43
2	\$16,025,455.55	\$11,618,641.64	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$1,071,182,408.79
3	\$15,853,499.65	\$11,790,597.53	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$1,059,391,811.26
4	\$15,678,998.81	\$11,965,098.38	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$1,047,426,712.88
5	\$15,501,915.35	\$12,142,181.83	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$1,035,284,531.04
6	\$15,322,211.06	\$12,321,886.12	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$1,022,962,644.92
7	\$15,139,847.14	\$12,504,250.04	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$1,010,458,394.88
8	\$14,954,784.24	\$12,689,312.94	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$997,769,081.94
9	\$14,766,982.41	\$12,877,114.77	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$984,891,967.17
10	\$14,576,401.11	\$13,067,696.07	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$971,824,271.10
11	\$14,382,999.21	\$13,261,097.97	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$958,563,173.13
12	\$14,186,734.96	\$13,457,362.22	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$945,105,810.91

Cuota #	Abono a intereses	Abono a capital	Cuota mensual sin seguros	Valor del seguro de vida asociado a la Deuda	Cuota mensual mas seguros	Saldo
13	\$13,987,566.00	\$13,656,531.18	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$931,449,279.72
14	\$13,785,449.34	\$13,858,647.84	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$917,590,631.88
15	\$13,580,341.35	\$14,063,755.83	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$903,526,876.05
16	\$13,372,197.77	\$14,271,899.42	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$889,254,976.63
17	\$13,160,973.65	\$14,483,123.53	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$874,771,853.10
18	\$12,946,623.43	\$14,697,473.76	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$860,074,379.34
19	\$12,729,100.81	\$14,914,996.37	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$845,159,382.97
20	\$12,508,358.87	\$15,135,738.32	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$830,023,644.65
21	\$12,284,349.94	\$15,359,747.24	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$814,663,897.41
22	\$12,057,025.68	\$15,587,071.50	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$799,076,825.91
23	\$11,826,337.02	\$15,817,760.16	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$783,259,065.75
24	\$11,592,234.17	\$16,051,863.01	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$767,207,202.74

Cuota #	Abono a intereses	Abono a capital	Cuota mensual sin seguros	Valor del seguro de vida asociado a la Deuda	Cuota mensual mas seguros	Saldo
13	\$13,987,566.00	\$13,656,531.18	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$931,449,279.72
14	\$13,785,449.34	\$13,858,647.84	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$917,590,631.88
15	\$13,580,341.35	\$14,063,755.83	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$903,526,876.05
16	\$13,372,197.77	\$14,271,899.42	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$889,254,976.63
17	\$13,160,973.65	\$14,483,123.53	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$874,771,853.10
18	\$12,946,623.43	\$14,697,473.76	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$860,074,379.34
19	\$12,729,100.81	\$14,914,996.37	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$845,159,382.97
20	\$12,508,358.87	\$15,135,738.32	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$830,023,644.65
21	\$12,284,349.94	\$15,359,747.24	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$814,663,897.41
22	\$12,057,025.68	\$15,587,071.50	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$799,076,825.91
23	\$11,826,337.02	\$15,817,760.16	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$783,259,065.75
24	\$11,592,234.17	\$16,051,863.01	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$767,207,202.74

Cuota #	Abono a intereses	Abono a capital	Cuota mensual sin seguros	Valor del seguro de vida asociado a la Deuda	Cuota mensual mas seguros	Saldo
25	\$11,354,666.60	\$16,289,430.58	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$750,917,772.15
26	\$11,113,583.03	\$16,530,514.16	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$734,387,258.00
27	\$10,868,931.42	\$16,775,165.77	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$717,612,092.23
28	\$10,620,658.97	\$17,023,438.22	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$700,588,654.01
29	\$10,368,712.08	\$17,275,385.10	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$683,313,268.91
30	\$10,113,036.38	\$17,531,060.80	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$665,782,208.10
31	\$9,853,576.68	\$17,790,520.50	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$647,991,687.60
32	\$9,590,276.98	\$18,053,820.21	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$629,937,867.39
33	\$9,323,080.44	\$18,321,016.75	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$611,616,850.65
34	\$9,051,929.39	\$18,592,167.79	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$593,024,682.85
35	\$8,776,765.31	\$18,867,331.88	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$574,157,350.97
36	\$8,497,528.79	\$19,146,568.39	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$555,010,782.58

Cuota #	Abono a intereses	Abono a capital	Cuota mensual sin seguros	Valor del seguro de vida asociado a la Deuda	Cuota mensual mas seguros	Saldo
37	\$8,214,159.58	\$19,429,937.60	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$535,580,844.98
38	\$7,926,596.51	\$19,717,500.68	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$515,863,344.30
39	\$7,634,777.50	\$20,009,319.69	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$495,854,024.62
40	\$7,338,639.56	\$20,305,457.62	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$475,548,567.00
41	\$7,038,118.79	\$20,605,978.39	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$454,942,588.60
42	\$6,733,150.31	\$20,910,946.87	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$434,031,641.73
43	\$6,423,668.30	\$21,220,428.89	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$412,811,212.84
44	\$6,109,605.95	\$21,534,491.23	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$391,276,721.61
45	\$5,790,895.48	\$21,853,201.70	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$369,423,519.91
46	\$5,467,468.09	\$22,176,629.09	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$347,246,890.82
47	\$5,139,253.98	\$22,504,843.20	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$324,742,047.62
48	\$4,806,182.30	\$22,837,914.88	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$301,904,132.74

Cuota #	Abono a intereses	Abono a capital	Cuota mensual sin seguros	Valor del seguro de vida asociado a la Deuda	Cuota mensual mas seguros	Saldo
49	\$4,468,181.16	\$23,175,916.02	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$278,728,216.72
50	\$4,125,177.61	\$23,518,919.58	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$255,209,297.14
51	\$3,777,097.60	\$23,866,999.59	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$231,342,297.56
52	\$3,423,866.00	\$24,220,231.18	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$207,122,066.38
53	\$3,065,406.58	\$24,578,690.60	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$182,543,375.77
54	\$2,701,641.96	\$24,942,455.22	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$157,600,920.55
55	\$2,332,493.62	\$25,311,603.56	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$132,289,316.99
56	\$1,957,881.89	\$25,686,215.29	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$106,603,101.70
57	\$1,577,725.91	\$26,066,371.28	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$80,536,730.42
58	\$1,191,943.61	\$26,452,153.57	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$54,084,576.85
59	\$800,451.74	\$26,843,645.45	\$27,644,097.18	\$1,258,387.78	\$28,902,484.96	\$27,240,931.40
60	\$403,165.78	\$27,240,931.40	\$27,644,097.18	\$0.00	\$27,644,097.18	\$-0.00

Como se puede observar el simulador arroja un resultado de cuotas fijas mensuales por un valor de \$28.902.484,18 a un plazo de 60 meses con una tasa de interés mensual de 1,48% y una efectiva anual de 19.28%.

## 8. CÁPSULA FINANCIERA

### 8.1 PUNTO DE EQUILIBRIO

CAMISETA DEPORTIVA MASCULINA	
PRECIO	\$ 36.000
COSTO FIJO MENSUAL	\$ 26.134.015
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 13.715
<b>RESULTADO PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES</b>	<b>1173</b>

CAMISETA DEPORTIVA MASCULINA	
COSTO FIJO MENSUAL	\$ 26.134.015
COSTO VARIABLE MENSUAL	\$ 54.861.975
VENTAS MENSUALES	\$ 100.000.000
<b>RESULTADO PUNTO DE EQUILIBRIO EN PESOS</b>	<b>\$ 57.898.003</b>

### 8.2 ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	1.200.000.000	1.323.000.000	1.458.633.960	1.608.135.606	1.772.957.472
Compras	658.343.700	725.823.929	800.220.881	882.243.522	972.673.483
Variación de existencias	0	-67.480.229	-74.395.968	-82.022.539	-90.429.973
<b>Margen</b>	<b>541.656.300</b>	<b>529.695.842</b>	<b>584.017.111</b>	<b>643.869.545</b>	<b>709.854.016</b>
Gastos de personal	290.808.179	317.569.802	331.860.443	346.794.163	362.399.901
Alquileres	18.000.000	18.540.000	19.096.200	19.669.086	20.259.159
Otros gastos	4.800.000	4.872.000	4.945.080	5.019.256	5.094.545
<b>Utilidad antes de intereses, impuestos y amortizaciones</b>	<b>228.048.121</b>	<b>188.714.040</b>	<b>228.115.387</b>	<b>272.387.039</b>	<b>322.100.412</b>
Amortizaciones	3.028.860	3.028.860	3.028.860	3.028.860	3.028.860
<b>Utilidad antes de intereses e impuestos</b>	<b>225.019.261</b>	<b>185.685.180</b>	<b>225.086.527</b>	<b>269.358.179</b>	<b>319.071.552</b>
Gastos financieros	28.734.757	23.289.875	17.697.982	11.955.108	6.057.176
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>196.284.504</b>	<b>162.395.305</b>	<b>207.388.545</b>	<b>257.403.072</b>	<b>313.014.376</b>
Impuesto sobre beneficios	0	0	19.701.912	48.906.584	89.209.097
<b>Utilidad Neta</b>	<b>196.284.504</b>	<b>162.395.305</b>	<b>187.686.633</b>	<b>208.496.488</b>	<b>223.805.279</b>

Se presenta el estado de resultad, teniendo en cuenta que la empresa esta exonerada por dos años del pago de los aportes de renta y CREE.

**El Impuesto a la renta y CREE:** Se aprovechan los beneficios ofrecidos por la ley 1780 de 2016, artículo 4 en la gradualidad del impuesto a la renta y complementarios, el cual menciona lo siguiente:

**ARTÍCULO 4o. PROGRESIVIDAD EN EL PAGO DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA.** Las pequeñas empresas que inicien su actividad económica principal a partir de la promulgación de la presente ley cumplirán las obligaciones tributarias sustantivas correspondientes al Impuesto sobre la Renta y Complementarios de forma progresiva, salvo en el caso de los regímenes especiales establecidos en la ley, siguiendo los parámetros que se mencionan a continuación:

Cero por ciento (0%) de la tarifa general del impuesto de renta aplicable a las personas jurídicas o asimiladas, o de la tarifa marginal según corresponda a las personas naturales o

asimiladas, en los dos primeros años gravables, a partir del inicio de su actividad económica principal.

Veinticinco por ciento (25%) de la tarifa general del impuesto de renta aplicable a las personas jurídicas o asimiladas, o de la tarifa marginal según corresponda a las personas naturales o asimiladas, en el tercer año gravable, a partir del inicio de su actividad económica principal.

Cincuenta por ciento (50%) de la tarifa general del impuesto de renta aplicable a las personas jurídicas o asimiladas, o de la tarifa marginal según corresponda a las personas naturales o asimiladas, en el cuarto año gravable, a partir del inicio de su actividad económica principal.

Setenta y cinco por ciento (75%) de la tarifa general del impuesto de renta aplicable a las personas jurídicas o asimiladas, o de la tarifa marginal según corresponda a las personas naturales o asimiladas en el quinto año gravable, a partir del inicio de su actividad económica principal.

Ciento por ciento (100%) de la tarifa general del impuesto de renta aplicable a las personas jurídicas o asimiladas, o de la tarifa marginal según corresponda a las personas naturales o asimiladas del sexto año gravable en adelante, a partir del inicio de su actividad económica principal.

### 8.3 FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Saldo inicial</b>	1.002.051.879	910.663.580	792.373.824	705.629.858	654.504.890
+ Beneficio	196.284.504	162.395.305	207.388.545	257.403.072	313.014.376
+ Amortizaciones	3.028.860	3.028.860	3.028.860	3.028.860	3.028.860
+ Prestamos obtenidos	0	0	0	0	0
+ Ampliaciones de capital	0	0	0	0	0
+ Crédito de proveedores	108.220.882	11.092.640	12.229.636	13.483.174	14.865.199
- Crédito a clientes	197.260.274	20.219.178	22.295.993	24.575.613	27.094.005
- Dividendos	0	0	0	0	0
- Devoluciones de préstamo	201.662.272	207.107.153	212.699.046	218.441.921	224.339.852
- Inversiones	0	0	0	0	0
- Existencias	0	67.480.229	74.395.968	82.022.539	90.429.973
<b>Saldo final</b>	<b>910.663.580</b>	<b>792.373.824</b>	<b>705.629.858</b>	<b>654.504.890</b>	<b>643.549.495</b>

## 8.4 BALANCE

BALANCE PREVISIONAL	INICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO</b>						
Inmovilizado	92.198.365	92.198.365	92.198.365	92.198.365	92.198.365	92.198.365
Amortizaciones	-	3.028.860	6.057.720	9.086.580	12.115.440	15.144.300
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>92.198.365</b>	<b>89.169.505</b>	<b>86.140.645</b>	<b>83.111.785</b>	<b>80.082.925</b>	<b>77.054.065</b>
Existencias	-	658.343.700	725.823.929	800.219.897	882.242.436	972.672.409
Clientes	-	197.260.274	217.479.452	239.775.445	264.351.059	291.445.064
Tesorería	1.002.051.879	910.663.580	792.373.824	705.629.858	654.504.890	643.549.495
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>1.002.051.879</b>	<b>1.766.267.553</b>	<b>1.735.677.205</b>	<b>1.745.625.200</b>	<b>1.801.098.385</b>	<b>1.907.666.968</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>1.094.250.244</b>	<b>1.855.437.058</b>	<b>1.821.817.850</b>	<b>1.828.736.985</b>	<b>1.881.181.310</b>	<b>1.984.721.033</b>
<b>PASIVO</b>						
Recursos propios	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
Reservas		196.284.504	358.679.809	566.068.354	823.471.426	1.136.485.802
Resultados negativos		-	-	-	-	-
Prestamos	1.064.250.244	862.587.972	655.480.819	442.781.773	224.339.852	-
<b>TOTAL NO CORRIENTE</b>	<b>1.094.250.244</b>	<b>1.088.872.477</b>	<b>1.044.160.628</b>	<b>1.038.850.127</b>	<b>1.077.811.278</b>	<b>1.166.485.802</b>
Proveedores		108.220.882	119.313.523	131.543.159	145.026.332	159.891.531
Tesorería negativa		-	-	-	-	-
<b>TOTAL CORRIENTE</b>	<b>-</b>	<b>108.220.882</b>	<b>119.313.523</b>	<b>131.543.159</b>	<b>145.026.332</b>	<b>159.891.531</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>1.094.250.244</b>	<b>1.197.093.359</b>	<b>1.163.474.151</b>	<b>1.170.393.286</b>	<b>1.222.837.611</b>	<b>1.326.377.333</b>

## 8.5 ANÁLISIS FINANCIERO

Por medio del análisis de las cifras obtenidas, se puede analizar que los productos ofrecidos gracias a sus características innovadoras generarían buenos resultados financiero para la empresa, ya que su porcentaje de rentabilidad (68,61%) supera las expectativas comparadas con otras empresas del sector textil confecciones. Adicionalmente se observa que el valor presente neto de la empresa presenta una tendencia al alza tomando como referencia los flujos de cajas proyectados durante los primeros 5 años. Esto es un factor importante y decisivo ya que demuestra que la empresa es viable y atractiva para captar inversión privada.

	Tasa (%) de Oportunidad	Desembolso inicial del Proyecto	Flujo del 1º año	Flujo del 2º año	Flujo del 3º año	Flujo del 4º año	Flujo del 5º año
PROYECTOS	Tasa de oportunidad	Desembolso Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Revolution Fit	19,00%	-1.094.250.244,15	910.663.580	792.373.824	705.629.858	654.504.890	643.549.495

<b>PROYECTOS =</b>	<b>A</b>
<b>Valor Presente Neto VPN =</b>	<b>1.245.351.850</b>
<b>Tasa Interna de Retorno TIR =</b>	<b>68,61%</b>

## 8.6 CAPITAL DE TRABAJO

Descripción	Valor
Capital de trabajo	\$ 30.000.000
Insumos	\$ 658.343.700
Mano de obra	\$ 290.808.179
Arrendamientos	\$ 18.000.000
Servicios públicos	\$ 4.800.000
Elementos Oficina	\$ 100.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.002.051.879</b>



## 9. CÁPSULA ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Los factores de éxitos que pueden afectar negativamente el negocio de Revolution Fit, de los cuales no tiene ningún tipo de control son los siguientes:

<b>ITEM</b>	<b>NEGATIVO</b>	<b>NIVEL</b>
Tasa de Interés	<b>X</b>	<b>Medio</b>
Tasa de Cambio	<b>X</b>	<b>Alto</b>
Políticas Gubernamentales frente a sector	<b>X</b>	<b>Medio</b>
Contrabando	<b>X</b>	<b>Alto</b>

## 10. CÁPSULA ANÁLISIS DE RIESGOS

A continuación, se realiza una descripción de como los factores críticos de éxito pueden afectar el modelo de negocio de Revolution Fit:

- Tasa de Interés, ya que, si la tasa de interés sube, a la empresa se le va dificultar adquirir créditos para poder iniciar procesos de expansión y continuar sus actividades. Lo cual puede ocasionar que la empresa se estanque en materia de producción.
- La tasa de cambio puede influir negativamente a la empresa, ya que, si se presenta una devaluación, las exportaciones aumentarían causando que la empresa exportará mayor volumen, pero los precios de los productos bajarían drásticamente generando que la empresa tenga un menor porcentaje de rentabilidad. De igual manera, si se presenta una reevaluación, se podría ocasionar un alza en los precios y las exportaciones tenderían a la baja.
- Políticas Gubernamentales, este puede ser un factor muy influyente, ya que si el país de origen o el país destino de la mercancía poseen unas políticas comerciales que chocan entre sí, la empresa va tener problemas al momento de iniciar operaciones en su mercado.
- Contrabando, este factor puede hacer que la empresa llegue a un declive, ya que, si se da el ingreso de mercancías similares a precios muy inferiores, se corre el riesgo de perder participación en el mercado. Especialmente cuando el contrabando se da por prendas réplicas de marcas posicionadas en los mercados como Adidas y Nike.

## 11. CÁPSULA PLAN CONTINGENCIA Y SALIDA

- **Tasa de interés:** Ingresar a programas de capital semilla, los cuales pueden servir como fuente de financiación para la obtención de bienes de capital, proyectos de expansión e innovación, etc.
- **Tasa de cambio:** Dependiendo de si la volatilidad de la tasa es positiva o negativa, se prevé un aumento del 3% para cada operación comercial.
- **Políticas gubernamentales:** con el fin de mitigar los riesgos de las políticas gubernamentales, Revolution Fit pretende ampliar sus perspectivas de mercado evitando concentrar sus operaciones en un solo país.
- **Contrabando:** Aplicar estrategias agresivas de marketing para resaltar las tecnologías y características con que cuentan las camisetas deportivas de la marca, evitando plagios y creando preferencias por estos productos.

## 12. CÁPSULA CRONOGRAMA DE MONTAJE E INVERSIONES

Las actividades desde formalización hasta puesta en marcha del negocio se desarrollarán de acuerdo al siguiente diagrama de Gantt.

ACTIVIDAD	TIEMPO (MESES)							
	Abril				Mayo			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Formalización ante la cámara de comercio	■							
Consolidación ante la notaría	■							
Creación de el plan de exportación		■	■					
Solicitud y obtención de crédito bancario		■	■	■				
Arrendamiento y adecuación del local			■	■				
Compra de maquinaria e insumos				■	■	■		
Reclutamiento y selección del personal				■	■			
Inducción y capacitación						■		
Preparación de campaña de lanzamiento						■	■	
Organización de administrativa						■	■	
Puesta en marcha de las operaciones								■

### CUADRO TOTAL DE INVERSIONES

Descripción	Valor
Capital de trabajo	\$ 30.000.000
Maquinaria y equipo	\$ 11.315.000
Muebles y enseres	\$ 9.486.800
Gastos legales	\$ 1.018.000
Mezcla de Mercadeo	\$ 50.562.171
Insumos	\$ 658.343.700
Mano de obra	\$ 290.808.179
Arrendamientos	\$ 18.000.000
Servicios públicos	\$ 4.800.000
apertura cuenta bancaria	\$ 150.000
Elementos oficina	\$ 100.000
Asesoría Jurídica	\$ 300.000
Adecuaciones	\$ 4.000.000
Imprevistos y ocultos	\$ 15.366.394
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.094.250.244</b>

## WEBGRAFIA

- [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyctograduacion/archivos/1206.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/archivos/1206.pdf)
- [https://www.euroresidentes.com/futuro/nanotecnologia/empresas\\_textiles.htm](https://www.euroresidentes.com/futuro/nanotecnologia/empresas_textiles.htm)
- <http://www.colombiatrade.com.co/oportunidades/sectores/prendas-de-vestir/confecciones>
- <https://es.slideshare.net/pasante/el-mercado-de-prendas-de-vestir-en-estados-unidos>
- <http://ribuc.ucp.edu.co:8080/jspui/bitstream/handle/10785/1577/INFORME%20%20FINAL.pdf?sequence=1>
- <https://www.cdc.gov/nchs/fastats/obesity-overweight.htm>
- <https://www.elblogdelasalud.info/hiperhidrosis-trastorno-de-sudoracion-excesiva/5013>
- <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional/exportaciones>
- [www.procolombia.com](http://www.procolombia.com)
- [www.colombiatrade.com](http://www.colombiatrade.com)
- <http://www.nferias.com/deportes/estados-unidos/>
- <http://www.winnergo.cl/calculadora-cajas-caben-contenedor#jumpHere>