

RAE

1. **TIPO DE DOCUMENTO:** Trabajo de grado para optar por el título de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.
2. **TITULO:** Distri León S.A.S Importación De Ropa Femenina De China.
3. **AUTOR (ES):** Lina Fernanda Lossa Enríquez.
4. **LUGAR:** Bogotá D.C
5. **FECHA:** Noviembre 2015
6. **PALABRAS CLAVES:** Distribución, comercialización, ventas, por mayor y menor.
7. **DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO:** El objetivo principal del plan de negocio consiste en desarrollar la idea de negocio en cuanto a la distribución y comercialización al por mayor y menor de ropa femenina, importada de China con diseños que estén a la moda enfocados en la satisfacción del cliente, ofreciendo la posibilidad que el cliente pueda adquirir ropa con diseños exclusivos propuestos por la empresa.
8. **LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:** Línea de investigación de la USB: Gestión y control de las organizaciones.
9. **METODOLOGÍA:** Este trabajo fue realizado bajo parámetros analíticos, que se suscriben a la línea de investigación en cuanto a las oportunidades de estudio frente a la generación de ideas de negocio, como objetivo de la formación de los Administradores de Empresas de la Universidad de San Buenaventura, siendo este el vínculo entre la teoría y la praxis de manera clara, concreta y objetiva.
10. **CONCLUSIONES:** Este proyecto desarrollado representa un aporte básico en el cual, se evidencio que los objetivos tanto generales como específicos planteados al inicio del trabajo, se estudiaron y evaluaron para obtener como resultado un análisis que permite evidenciar que si es posible la formalización de “Distri León”.

DISTRILEÓN S.A.S IMPORTACIÓN DE ROPA FEMENINA DE CHINA

Lina Fernanda Lossa Enríquez

Proyecto de Investigación para optar al título de Administradora de Empresas

Universidad de San Buenaventura

Bogotá, Colombia

29 de Octubre del 2015

DISTRILEÓN S.A.S IMPORTACIÓN DE ROPA FEMENINA DE CHINA

Lina Fernanda Lossa Enríquez

Asesor (a): Mg. Stella Isabel Domínguez Sandoval

Asesor: Néstor Darío Preciado Moreno

Proyecto de Investigación para optar al título de Administradora de Empresas

Universidad de San Buenaventura

Bogotá, Colombia

29 de Octubre del 2015

Tabla De Contenido

Línea De Investigación	8
1. Justificación	9
2. Descripción del Problema.....	11
2.1. Presentación de la empresa	11
3. Objetivo.....	13
4. Análisis del Entorno.....	14
5. Análisis de la Competencia.....	19
5.2. Planeación estratégica.	20
6. Modelo Del Plan De Negocios.....	22
6.1. Propuesta de valor	22
6.2. Segmentos de mercado.....	23
6.3. Canales	24
6.4. Relaciones con los clientes	25
7. Gestión de talento humano.....	26
7.1. Organigrama	26
7.2. Perfiles y funciones	27
7.2.1. Gerente	27
7.2.2. Secretaria.....	28
7.3. Reglamento interno de trabajo	31
8. Fuentes de Ingreso	33
8.1. Actividades clave	33
8.2. Recursos clave	34
8.3. Asociaciones clave.....	34
8.4. Estructura de costos	34
8.4.1. Físicos	34
8.4.2. Costos operacionales:	35
8.4.3. Costos Económicos	35
9. Resultados Diagnóstico De Sostenibilidad	37
10. Análisis De Prefactibilidad Financiera	39
10.1. Proyección de ventas (primeros 5 años).	39

10.2.Estado de Resultados (Primeros 5 años).....	40
11. Conclusiones Preliminares	41
APÉNDICE NO. 1.....	45

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1: Mapa de Bogotá	14
Ilustración 2: Modelo Canvas	22
Ilustración 3: Organigrama	26

Lista de Ilustraciones

Tabla 1: Benchmark.....	20
Tabla 2: Planeación estratégica.....	21
Tabla 2: Distribución de los Estratos en Bogotá.....	24
Tabla 3: Perfil gerente.....	28
Tabla 4: Perfil secretaria	29
Tabla 6: Perfil contador	30
Tabla 6: Perfil vendedor	31
Tabla 8: Perfil vendedor	33
Tabla 8: Equipo de oficina.....	34
Tabla 8: Costos operacionales	35
Tabla 11: Costos económicos	35
Tabla 12: Diagnóstico de sostenibilidad.....	38
Tabla 13: Proyección de ventas	39
Tabla 14: Estado de Resultados	40

Línea De Investigación

El presente trabajo se adscribe a la línea de investigación “Gestión y Control de las Organizaciones”, porque un plan de negocios es un documento con información sobresaliente de una empresa, que permite la gestión y el control de las distintas áreas de la organización. Teniendo en cuenta que las organizaciones actúan eficientemente si tienen buena planeación, dirección organización y control, involucrando herramientas para la gestión del área de Recurso Humano, el apoyo financiero e implementando estrategias de mercadeo que conlleven al progreso y a su vez acompañen el crecimiento paso a paso hacia el éxito del proyecto para así determinar si la idea de negocio es viable y eficiente.

En esta línea de investigación se suscriben las oportunidades de estudio frente a la generación de ideas de negocio, como objetivo de la formación de los Administradores de Empresas de la Universidad de San Buenaventura, siendo este el vínculo entre la teoría y la praxis de manera clara, concreta y objetiva, siendo esta la oportunidad que como investigadora, estudiante y futura empresaria tengo para la obtención de las competencias desde el saber hacer, saber convivir, y saber ser.

1. Justificación

El desarrollo de las ideas empresariales en un país como Colombia, ha generado la vía para el crecimiento económico del mismo, puesto que las ideas empresariales se convierten el motor de las acciones económicas y para ello el emprendimiento se ha transformado en el eslabón principal de la acción productiva de esta nación, así pues, la generación de ideas como los Planes de Negocio, no solo son un requisito en el ejercicio académico de las universidades, sino en la consolidación de los objetivos de formación de los estudiantes de Programas de Administración de Empresas en la generación de organizaciones productivas, eficientes y eficaces.

Por ello, como estudiante del programa de Administración de Empresas de la Universidad de San Buenaventura Bogotá, he tenido la oportunidad de desarrollar acciones propias del emprendimiento, la creación de empresas y la generación de valor, desde los ideales que ofrece el mismo programa con la intención de enfocar el desarrollo profesional hacia el mundo empresarial; contribuyendo en la generación de oportunidades de empleo. Por este motivo desarrollar un plan de negocios es una buena manera de integrar y aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo del estudio de la carrera profesional, el cual simboliza la apertura para adquirir un mejor estilo de vida a mediano y largo plazo.

En cuanto a la idea del Plan de Negocio de la comercialización de ropa femenina fabricada en la China, surge por un nexo familiar cercano cuya relación tiene como finalidad, la creación de una empresa comercializadora especializada en la venta de prendas de vestir femeninas al por mayor y al por menor, que promete diseños sencillos pero a la vez atractivos con un servicio personalizado, para la satisfacción del cliente, optimizando los ingresos y logrando ser líderes frente a la competencia por la calidad y precios asequibles.

Y aunque el desarrollo del Plan de Negocio implica muchos retos a nivel profesional se anhela poder precisar con éxito y aprender de los obstáculos que se puedan presentar en el camino de este proceso, con el objetivo de mejorar continuamente. No obstante, cabe resaltar que al desarrollar el plan de negocios los conocimientos y experiencias adquiridas serán fundamentales

para llegar al éxito sin descartar el fracaso, teniendo en cuenta que cualquier opción en particular generara un crecimiento personal y también a nivel profesional.

Es así que la vinculación de las ideas dadas en el compartir familiar, junto con los objetivos que como estudiante busco en el desarrollo empresarial vinculados a los conceptos, preceptos, experiencias y vivencias académicas se conjugan en la presente propuesta de investigación, que como Plan de Negocios, buscará la creación de un espacio comercial como el antes definido, respetando los elementos jurídicos, teóricos y en procura de una innovación permanente.

2. Descripción del Problema

A continuación se presenta la situación del plan de negocio incluyendo la hoja de vida (Apéndice No.1) de quien constituirá la empresa, se hace una introducción a la idea de negocio, y se presenta el análisis del macro sector al cual pertenece la idea de negocio.

2.1. Presentación de la empresa

La idea de negocio a desarrollar consiste en la distribución y comercialización al por mayor y menor de ropa femenina, con diseños que estén a la moda enfocados en la satisfacción del cliente, ofreciendo la posibilidad que el cliente pueda adquirir ropa con diseños exclusivos propuestos por la empresa.

En este sentido, Colombia es un país que hoy en día es atractivo comercialmente y todo esto gracias al Tratado de Libre Comercio que ha creado con países industrializados como China, Estados Unidos, México y Panamá, entre otros (Dinero, 2014). Y es por esta razón que la población colombiana se ha visto influenciada por nuevas culturas, que la han llevado a ser más exigente a la hora de consumir algún producto o servicio.

Actualmente las mujeres quieren sentirse y verse bien con la moda mundial, pues con la revolución del internet de los últimos años, la mayoría de las mujeres tienen acceso a todas las ferias y semanas de la moda que se realizan en el mundo (extroversia, 2012). Generando en ellas la necesidad de adquirir estas prendas; pero el problema radica en que muchas de las mujeres no tienen la posibilidad y el tiempo de viajar y buscar estas prendas que tanto le atraen.

La empresa proporcionara la opción de que el cliente encuentre su estilo de acuerdo a su personalidad y necesidad por medio de catálogos con colecciones llamativas. La empresa tendrá por razón social “DISTRILEON S.A.S”, será privada, sin ánimo de lucro en la ciudad de Bogotá. Según su planta de personal y activos totales será una pequeña empresa y se caracterizan por tener un régimen de responsabilidad del cual sus accionistas están limitados al monto de su aporte en la

sociedad, constituida por dos (2) socios cuyos aportes varían entre dinero, trabajo y otros bienes apreciables en dinero.

Su actividad económica: La CIIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme) es una clasificación por tipos de actividad económica y no una clasificación de bienes y servicios, la empresa cuenta con los siguientes códigos para su actividad que es 7410 actividades especializadas de diseño.

3. Objetivo

3.1. Objetivo General

Elaborar un plan de negocios para la comercialización de ropa femenina en la ciudad de Bogotá importada de la China.

3.2. Objetivos Específicos

- Identificar las oportunidades que existen en la ciudad de Bogotá frente a la comercialización de ropa importada de China.
- Realizar un análisis administrativo que permita diseñar herramientas primordiales para la ejecución del Plan de Negocio.
- Establecer estrategias adecuadas de producto y servicio, promoción y precios para cumplir y superar las expectativas del cliente.

4. Análisis del Entorno.

Para el Análisis del entorno la herramienta utilizada es por entornos:

4.1. Demográfico

La ciudad de Bogotá es la capital de Colombia, se ubica en el centro del país y pertenece a la cordillera oriental, cuenta con una superficie de 1.775,98 km², tiene una extensión aproximada de 33 kilómetros de sur a norte y 16 kilómetros de oriente a occidente. Debido a que se encuentra en la zona de confluencia tropical se generan dos temporadas de lluvias, la primera se da en los meses de marzo, abril y mayo y la segunda en septiembre, octubre y noviembre; su temperatura oscila dependiendo del mes en que se encuentre, pero en promedio su temperatura es de 14°C. (Alcaldía Mayor de Bogota, 2015)

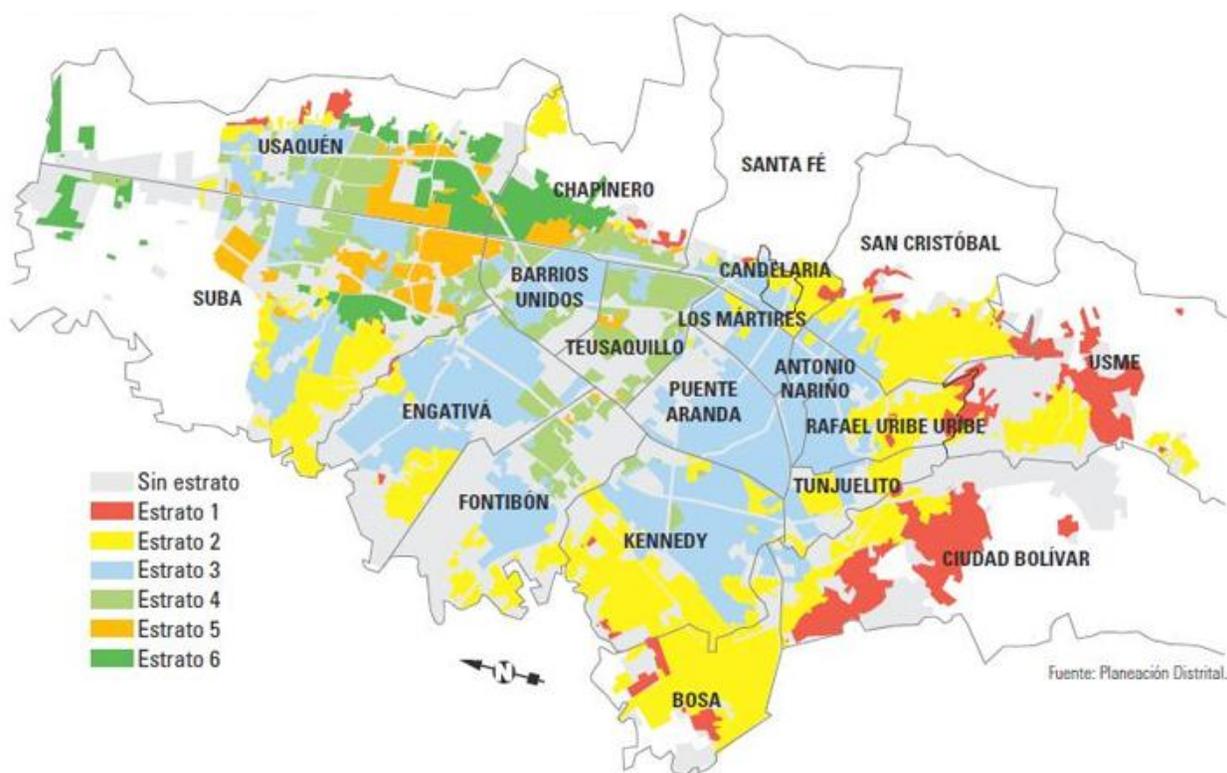


Ilustración 1: Mapa de Bogotá

Fuente: Alcaldía de Bogotá, 2013

La proyección de población estimada por el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) para el año 2015, indica que en promedio Bogotá cuenta con 7.878.783

habitantes de los cuales 3.810.013 son mujeres y 4.068.770 son hombres, lo que permite deducir que “*Distri León*” tiene la oportunidad de incursionar en un mercado activo comercialmente.

Las empresas relacionadas en el sector de la confección enfrentan a un consumidor más exigente en cuanto al tema de la moda, ya que requieren mejor calidad en los productos y a un buen precio (Inexmoda, 2013) Por lo tanto, el sector textil es importante a nivel mundial como lo es para Colombia y la ciudad de Bogotá. El sector textil-confección se desarrolla en casi todo el territorio colombiano; sin embargo, existen unos focos principales como la ciudad de Bogotá, que concentra la mayor participación en los ingresos operacionales de 2012 con el 42,35% posicionándose en el sector y polo de desarrollo (Cabrera, 2013).

El sector textil y moda en Colombia representa el 7,4 % del Producto Interno Bruto (PIB), y en el primer trimestre de este 2014 creció un 3,6 % con respecto al mismo periodo del año anterior (Marulanda, 2014).

4.2. Económico:

La cadena de textiles y confecciones representó para el 2012 el 5,8% del PIB de Colombia y 3,2% del PIB industrial y de acuerdo a la Gran Encuesta Integrada de Hogares DANE el sector emplea cerca de 430.000 familias y de estas el 78% pertenecen al subsector de confecciones (ANDI, 2012).

El sector de prendas de vestir es uno de las más importantes en la industria colombiana debido a su fuerte consumo por la diferencia de precios logrando que los consumidores estén al día en el tema de la moda. Para el tercer trimestre del 2013 su participación en la industria colombiana fue del 7,3%, ocupando el cuarto lugar en importancia (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2013)

4.3. Ecológico:

La empresa busca ser viable y competitiva apoyada en la optimización de los recursos, mitigando el impacto ambiental ocasionado por la operación, desarrollando empaques elaborados con materiales biodegradables, promoviendo el reciclaje y manejo eficiente de los recursos, teniendo en cuenta la afectación que se pueda presentar en la salud de los trabajadores y de la comunidad, proporcionando asesorías y consultorías en cuanto al tema de SIG (Ministerio de Educación Nacional, 2014) El sector textil en Colombia, busca innovación en cuanto a pequeñas y medianas empresas logrando la estrategia de desarrollo en la segunda mitad del siglo XX y hasta la década de los noventa, se caracterizó por una política proteccionista, para favorecer el desarrollo industrial

nacional (Sanchez, 2002) A partir de 1990, el país se insertó en la propuesta de globalización promovida por los países de mayor desarrollo tecnológico y concentración de capital. Estos dos tipos de modelos (proteccionismo y globalización) han determinado la forma como ha evolucionado la industria, el comercio y la agricultura colombiana y su interrelación con los recursos naturales y el medio ambiente. (Sanchez, 2002)

4.4. Tecnológico

Para la empresa se emplearan herramientas de vanguardia que se utilizaran para la recolección de datos, con el fin de promover una comunicación oportuna del equipo de trabajo hacia los clientes, como lo son los computadores, equipos de celular, con el fin de brindar un buen servicio y la mejor presentación de nuestros productos (Ehow, 2014). En esta perspectiva encontramos que el aspecto tecnológico no se conoce de inversiones Significativas del sector privado en tecnología o capital, que pongan en marcha mega proyectos. Definitivamente en el caso del desarrollo del proyecto la tecnología juega un papel muy importante y favorable puesto que la utilización del Internet en el servicio es muy relevante, la creación de una página web conlleva automáticamente a la aplicación de un marketing directo, seguridad para los clientes y una comunicación más rápida y fluida. Según el reciente estudio del Indicador de la Sociedad de la Información (ISI) realizado por Everis, consultora multinacional especializada en el desarrollo y mantenimiento de aplicaciones tecnológicas, Colombia ha logrado obtener 4,30 puntos, el mejor registro de la historia en el país. (Everis Colombia , 2014)

4.5. Político

La empresa trabajará bajo las leyes que estén establecidas por el ámbito legal, el cual puede presentar cambios, y se estará al día para prevenir cualquier eventualidad. Colombia actualmente es gobernada por el señor Juan Manuel Santos, donde se presenta un caso particular de volatilidad institucional: los actores políticos y los ciudadanos no han acabado de adaptarse a las nuevas reglas de juego, cuando éstas se modifican. Se obtendrá un gran beneficio para el comercio textil debido a los acuerdos establecidos actualmente que generan mayor desarrollo. (Mincomercio Industria y Turismo, 2012)

4.6. Cultural

Las mujeres colombianas son clientes exigentes que quieren siempre encontrar el mejor producto y es por esta razón que se quiere satisfacer toda la demanda de manera eficaz y eficiente; pues es importante tener en cuenta que la cultura China es diferente a la colombiana y debido a esto se debe ser meticuloso a la hora de elegir las prendas que se van a comercializar en Colombia ya que desde la contextura física como intelectual de las mujeres varía de un país a otro.

La empresa busca el éxito, para así fomentar y contribuir al desarrollo de productos de calidad que puedan mejorar las condiciones de vida de las personas, siendo líderes en el mercado y se vea reflejado en la mejora de su actividad económica, generando una tendencia a nivel local y nacional, logrando ser un país más competitivo (Gestiopolis, 2014)

Las tendencias de los consumidores del Sector moda han cambiado con gran rapidez destacándose el creciente interés por el medio ambiente y el respeto por los Derechos humanos. Por otro lado, también ha aumentado la conciencia por parte de los consumidores de la seguridad y los peligros para la salud por el uso de químicos contaminantes en las prendas de vestir y estos cambios en los intereses de los consumidores se traducen en exigencias sociales y ambientales de los clientes de cada parte de la cadena productiva. (Mincomercio Industria y Turismo, 2012)

4.7. Geográfico

En cuanto a la posición geográfica la ciudad donde se desarrollara el plan de negocio es Bogotá, donde se concentra mayormente la población teniendo en cuenta que es donde hay más poder adquisitivo para adquirir la mercancía (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2015).

La empresa en base al contexto geográfico desarrollara estrategias que de acuerdo a la ubicación, se tendrá en cuenta para los gustos, preferencias de las personas, con el fin de lograr la satisfacción de los clientes y ofrecer buen servicio.

La geografía pesa más en los municipios pobres que en los municipios ricos. Los municipios que más crecen son los que están más cerca de los grandes mercados, Bogotá, Cali, Medellín. A mayor distancia, menor ingreso per cápita. La población muestra, desde luego, correlación directa entre su tamaño y el volumen del comercio. (Dane, 2013)

4.8. Internacional

La empresa desea ampliar nuevas fronteras y continuar con empresas extranjeras, creciendo a nivel nacional. Colombia para el año 2012 representaba el 1% de las exportaciones de textil y

confecciones en el mundo, mientras que China representaba el 30,7%. Para el 2012 las exportaciones del sector confecciones representaron cerca del 0,75% de las exportaciones totales, frente a un 6,2% de participación en las exportaciones totales del año 2011. Para abril de 2013 las exportaciones del sector se redujeron un 4,6% frente al mismo periodo del año anterior. (Benchmark, 2013)

5. Análisis de la Competencia

La competencia en el mercado de Bogotá es muy fuerte Inditex, Falabella y Tierra Santa son marcas reconocidas que se tienen en cuenta como una competencia directa debido a su precio y calidad, siendo similares a las prendas de “Distri León S.A.S” (Portafolio, 2014)

En general estas tres tiendas van a estar ubicadas en centros comerciales, la forma de venta se realizara directamente en estos locales, estas marcas se caracterizan por ofrecer diseños con colecciones que distribuyen varias al año, la atención del cliente es general mas no especializada de estas falencias están diseñadas las estrategias de venta y promociones. La moda tiene gran participación en el mercado, tanto a nivel nacional como mundial. Por lo cual se desarrolla más el diseño y la producción de prendas de vestir, encontrando gran variedad en el mercado de estos productos (Inexmoda, 2013)

No es claro establecer un número exacto de empresas pertenecientes al sector Confecciones en Colombia, pero la Cadena productiva de textiles y confecciones según el Informe de sostenibilidad del Sector Sistema Moda del 2012 (PTP, 2012), cuenta con más de 30.000 empresas registradas en la Cámara de Comercio y el 70% de estas pertenecen a los eslabones de Confección, manufactura y comercio, es decir, aproximadamente 21.000. Dentro de este número la mayoría son microempresas (91%), le siguen las empresas pequeñas (6%) y las empresas medianas y grandes son muy pocas en el sector (2% y 1%, respectivamente). Las ventas del sector para el año 2012 alcanzaron 5.874 millones de dólares, de los cuales un 54% corresponde a confecciones, es decir, 3.172 millones de dólares, aproximadamente.

Se tiene en cuenta la competencia existente que son empresas como Inditex, Falabella, Tierra Santa que ofrecen principalmente ropa femenina, estas marcas se caracterizan por ofrecer diseños innovadores y estar al día en cuanto a tendencia, la atención de ellos es directa mas no especializada por lo tanto no cuenta con diseños exclusivos.

5.1. Benchmark

A continuación se muestra la construcción de un Benchmark, con el fin de identificar y evaluar los aspectos que se vinculan con el negocio de las empresas competidoras.

Tabla 1: Benchmark

NOMBRE	INDITEX	FALABELLA	TIERRA SANTA
Precio promedio	\$50.000 1,354 Millones (2008)	a \$ 30.000 \$450.000 1.245.860 Millones (2013)	\$25.000- \$99.900 19,705 Millones (2013)
Ventas			
Costo de Venta	1.247 Millones (2008)	919.788 Millones (2013)	9,576 Millones (2013)
Gastos de Administración y ventas		314.102 Millones (2013)	8.229 (2013)
Utilidad Neta	18 Millones (2008)	17.063	594 Millones (2013)

Fuente: (Benchmark, 2015).Elaboracion propia

5.2. Planeación estratégica.

A continuación se presentan los componentes centrales de la planeación estratégica para el primer año.

Tabla 2: Planeación estratégica

VISIÓN: “DISTRI LEÓN S.A.S.” Ser la primera distribuidora de ropa al por mayor y menor a nivel nacional que ofrezca la mejor calidad y variedad en servicios de venta a sus clientes, generando impacto en las personas que adquieran los productos por la calidad e innovación de cada una de las prendas.				
MISIÓN: “DISTRI LEÓN S.A.S.” es es una distribuidora de prendas de vestir que quiera estar a la vanguardia en las últimas tendencias de la moda destacándose por su buen servicio al cliente, precios asequibles y prendas únicas en el mercado nacional.				
OBJETIVO ORGANIZACIONAL 1: Gestionar el posicionamiento de la empresa a nivel nacional por medio de la calidad, diseño y precios asequibles de la marca en el mercado nacional colombiano mediante su reconocimiento por diseño, calidad, innovación y entrega a tiempo.		OBJETIVO ORGANIZACIONAL2: Generar más puntos de ventas en la ciudad de Bogotá para gestionar la ampliación de la cobertura a nivel nacional.		
TRABAJO EN EQUIPO	SOLIDARIDAD	COMPROMISO CON LA CREATIVIDAD E INNOVACIÓN	ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL	EFICIENCIA Y EFICACIA
OBJETIVO PRODUCCIÓN: Saciar la demanda con los productos existentes e incrementar la oferta a mediano y largo plazo.	OBJETIVO RECURSOS HUMANOS: Alcanzar un rendimiento de capital humano dentro del a organización a través de modelos que faciliten el crecimiento y desarrollo tanto a nivel personal como profesional de los mismos.	OBJETIVO MERCADEO: Convertirnos en una de las principales empresas concentrada en la comercialización de ropa femenina, mejorando el enfoque a la satisfacción del cliente, optimizando los ingresos y logrando ser líderes frente a la competencia por la calidad y precios asequibles.	OBJETIVO FINANCIERO: Obtener mayor crecimiento en cuanto a la rentabilidad durante el primer año para maximizar los beneficios económicos, con una fuente constante de crecimiento de ingresos.	

Fuente: Elaboración Propia. Realizado en la Materia de Creación de Empresa.

6. Modelo Del Plan De Negocios



Ilustración 2: Modelo Canvas

Fuente: Elaboración propia¹ Realizado en la materia Creación de Empresa.

6.1. Propuesta de valor

Las prendas que se van a comercializar para el mercado femenino esta entre el rango de edad de 18 a 35 años que se caracterizan por:

¹ MODELO CANVAS: chinaincrowd, 2014., Aliaga, 2015., Teruel, 2014., Team Platino, 2015., Pictures, 2015., Libreta de apuntes, 2014., Mire la solución, 2014., Inpsicon, s.f., Más que un negocio 2014., Redacción Bogotá, 2015., Software tns, 2013., Finanzas personales, 2015., Crédito ya, 2012.

- ✓ Diseños llamativos, innovadores, los cuales se realizaran por medio de una selección cuidadosa al momento de adquirir las prendas que estén al tanto de las tendencias tanto a nivel nacional como mundial, con el propósito de que sean prendas modernas y cómodas.
- ✓ Por medio de la página web, las personas podrán adquirir las prendas más rápidas y fáciles creando su look ya que esta plataforma contara con diseños innovadores de la moda actual, logrando que las personas queden a gusto y estén más satisfechas con su auto diseño (Ehow, 2014).
- ✓ Se contara con personal capacitado para que asesore a los clientes de acuerdo a su personalidad.
- ✓ Las prendas serán seleccionadas cuidadosamente para adquirir productos con una calidad diferenciada a las demás a costos muy bajos.

6.2. Segmentos de mercado

El segmento al que van dirigidos las prendas está compuesto por los hogares con mujeres de 18 a 35 años de estratos 4, 5 y 6.

“El tamaño actual de la población de Bogotá a datos de 2013 son 8.363.782 habitantes, de los cuales El 47,8% de la población son hombres y el 52,2% mujeres” (Alcaldia Mayor de Bogota, 2013).

- Ciudad: Bogotá
- **Mercado Objetivo:** Futuros clientes van a adquirir nuestras prendas en base a la calidad de los materiales y los diseños preferentemente.
- **Mercado Meta:** Todos los pobladores 160.000 (Dane, 2014)
- **Número mínimo de demandantes esperados:** Aproximadamente 1200 demandantes mensuales.
- Determinación de la población:

Sexo: Mujer

Edad: 18- 35 años

Nivel Económico: Media, medio alto.

- Sexo: Mujer
- Edad: 18 -40 años
- Clase Económica: Media, media alta

Las localidades de Bogotá con mejores ingresos (medido por ingreso promedio por persona) se encuentran en Usaquén, Chapinero y Suba.

Tipo de Actividad Urbanística

Residencial.....10%

Comercial.....30%

Industrial.....30%

Corporativa y gubernamental..... 30%aa

Tabla 3: Distribución de los Estratos en Bogotá

Estratos de Bogotá*	Ingreso Per cápita	Porcentaje
1 (Bajo- bajo)	Menos de un SML**	9,3
2 (Bajo)	Entre 1 y 3 SML	42,7
3 (Medio - bajo)	Entre 3 y 5 SML	30,2
4 (Medio)	Entre 5 y 8 SML	9,1
5 (Medio - alto)	Entre 8 y 16 SML	3,7
6 (Alto)	Más de 16 SML	1,7

**Salario Mínimos Legales Mensuales

Fuente: (Dane, 2011)

De acuerdo con el estudio realizado en Bogotá y como se presenta en la tabla anterior, “a las personas con ingresos superiores a 5 salarios mínimos legales vigentes corresponden a los estratos 4, 5 y 6 en la Ciudad de Bogotá” (Dane, 2011)

6.3. Canales

Se entiende por canales de distribución a los medios por los cuales el producto o servicio llega al consumidor final; es importante tener en cuenta que el canal por el cual se distribuya el producto tiene gran importancia para el empresario pues de este depende que el producto tenga mejor acogida y tenga mayor reconocimiento entre los consumidores. (Medina, p.1, 2015)

Las prendas se comercializaran por medio de una estrategia de redes sociales; como, Facebook, Instagram, Linio, OLX, voz a voz”, y publicidad por medio de volantes.

Se contara con una página Web como un medio de comunicación y una ventana de nuestros productos hacia los clientes para que puedan observar con detalle, y puedan tener mayor acercamiento al cliente. Este es un medio que nos facilitara establecer con claridad las inconformidades que se presenten y darles solución en el menor tiempo oportuno.

6.4. Relaciones con los clientes

Será de forma directa con el fin de establecer una relación más acertada en cuanto a lo que busca cada persona para poder brindarles un excelente servicio, para que queden satisfechos y lograr así su fidelización. Los precios de las prendas de vestir estarán estandarizados en una política de precios basada en una estrategia de precio y producto. Así garantizar la calidad de las prendas ofertadas por medio de selección de proveedores, comprando en altos volúmenes que garantizarían precios bajos en el mercado. Las ventas se incentivan por medio de promociones constantes, ya que es un servicio que permite que los clientes realicen un pedido de acuerdo a las necesidades, gustos en un tiempo corto por medio de redes sociales haciéndoles más fácil sus compras.

El propósito de la empresa se enfocará en satisfacer las necesidades de los clientes que requieren de nuestras prendas, otorgándoles buena atención, variedad y calidad un ambiente agradable, seguridad, infraestructura adecuada y precios que cuiden su economía.

7. Gestión de talento humano

7.1. Organigrama

“Distri León” para su buen funcionamiento necesita tener un organigrama bien definido, en el que se determine la composición de la empresa y el personal necesario para poder llevar a cabo todas sus labores de la mejor manera. Como lo señala Stoner (1996) los departamentos de una organización se pueden estructurar formalmente, en distintas formas básicas.

Partiendo de lo anterior “Distri León” busca crear una estructura por medio de la cual se divida, agrupe y coordine todas las actividades de la empresa, y a su vez crear una estructura de todos los colaboradores que participaran en los procesos de la empresa.

A continuación en la Ilustración 19, se muestra cómo van a estar distribuidos los colaboradores en “Distri León”

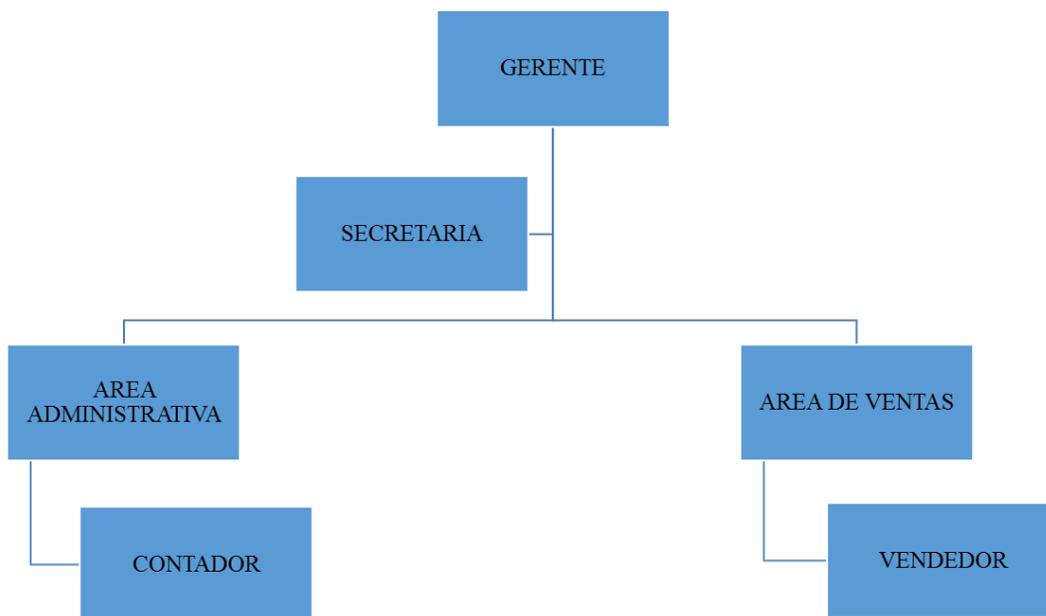


Ilustración 3: Organigrama

Fuente: Elaboración propia

El organigrama de “Distri León” brinda la oportunidad de que todos los colaboradores tenga conocimiento a nivel general como está constituida la empresa a nivel de recurso humano.

Debido a que “Distri León” es una pequeña empresa que busca incursionar en el mercado de manera formal, se demuestra que la cantidad de colaboradores que necesita inicialmente no es mucha; ya que no se necesitan muchos departamentos o áreas.

La idea de crear y determinar un organigrama, es organizar las tareas y funciones de todos los colaboradores para que de esta forma se optimicen tanto el tiempo como los recursos de los cuales dispone la empresa.

7.2. Perfiles y funciones

7.2.1. Gerente

Es seleccionado por los socios de la empresa, entre sus labores se encuentra la planificación, organización, dirección y control de “Distri León” para que de esta manera se puedan cumplir todos los objetivos y metas planteados por la empresa. El gerente en este caso también debe encargarse de las negociaciones con los proveedores de la China.

Tabla 4: Perfil gerente

<p>PERFIL DE GERENTE</p> <p>Nombre del cargo: Gerente</p> <p>Funciones del cargo Cumplir con las estrategias de crecimiento Establecer y mantener las negociaciones con los proveedores Aplicar y tomar todas las decisiones Crear un ambiente de confianza y calidez entre la empresa Velar por todos los intereses de la empresa</p> <p>Requerimientos para el cargo: Edad: 25 - 40 años Genero: Hombre / Mujer Disposicion: Dedicacion exclusiva</p> <p>Formacion academica: Profesional en carreras administrativas</p> <p>Experiencia Laboral: Minimo 2 años a cargo de pequeñas o medianas empresas</p>
--

Fuente: Elaboración propia

7.2.2. Secretaria

Es seleccionada por el gerente quien va ser su gerente directo, y como funciones a cargo deberá manejar la facturación de la empresa, llevar la agenda de directivo de la empresa, agendar las citas con los proveedores y llevar demás temas operativos de “Distri León”.

Tabla 5: Perfil secretaria

PERFIL DE SECRETARIA	
Nombre del cargo:	Secretaria
Funciones del cargo:	Control de agenda del gerente Agendar citas con los proveedores Menejo de facturacion Elaboracion de informes periodicos
Requerimientos para el cargo:	Edad: 22 - 40 años Genero: Mujer Disposicion: 8 horas diarias
Formacion academica:	Bachiller o tecnico
Experiencia Laboral:	Sin experiencia laboral

Fuente: Elaboración propia

7.2.3. Contador

Persona seleccionada por el gerente a quien deberá mostrarle periódicamente el estado financiero de la empresa, para que de esta forma se lleve un control en el que se pueda analizar si la empresa está dando el resultado y la rentabilidad esperada. Entre sus funciones deberá trabajar mancomunadamente con el gerente a la hora de tomar decisiones relacionadas con temas financieros.

Tabla 6: Perfil contador

PERFIL DEL CONTADOR	
Nombre del cargo:	Contador
Funciones del cargo:	Llevar la contabilidad de la empresa Preparar y presentar los informes contables Preparar y presentar las declaraciones tributarias Asesorar al gerente en temas financieros
Requerimientos para el cargo:	Edad: 23-40 años Genero: Hombre/Mujer Disposicion: 8 horas diarias
Formacion academica:	Profesional en Contabilidad Publica
Experiencia Laboral:	Minimo un año

Fuente: Elaboración propia

7.2.4. Vendedor

Persona encargada de divulgar los servicios que brinda “Distri León” a todos las posibles clientas que estén interesadas en los productos que ofrece la empresa, además deberán crear una buena relación con el cliente que se caracterice esencialmente por su buen servicio y atención al cliente; al finalizar cada mes deberá entregar un informe sobre las ventas que demuestre si la empresa está cumpliendo con la ventas propuesta para cada mes.

Tabla 7: Perfil vendedor

PERFIL DEL VENDEDOR	
Nombre del cargo: Vendedor	
Funciones del cargo:	Entregar un informe periodico sobre las ventas Crear y mantener una relacion solida con los clientes Distribuir y comercializar todos los productos ofrecidos por la empresa Asesorar al gernetete en temas financieros
Requerimientos para el cargo:	Edad: 20-40 años Genero: Hombre/Mujer Disposicion: 8 horas diarias
Formacion academica:	Bachiler / tecnico
Experiencia Laboral:	Sin experiencia

Fuente: Elaboración propia

7.3. Reglamento interno de trabajo

El reglamento interno de trabajo de “Distri León” se basa en las normas y reglas determinas por la empresa para el funcionamiento amable e íntegro por parte de todos los colaboradores que allí operan; este reglamento se basa en el Artículo 105 del Código Sustantivo de Trabajo y la Ley 1429 de 2010 determinando que:

- El respeto y la dignidad son valores a los que tiene derecho todos y cada uno de los colaboradores de “Distri León” por parte de sus compañeros de trabajo como de los altos directivos de la empresa, y es por esta razón que “Distri León” se encargara de pagar los sueldos lo más justo posible y de manera oportuna, a su vez cumplirá con todas las prestaciones sociales que corresponden a cada colaborador.

- “Distri León” considera que presentarse al trabajo bajo el estado de embriaguez o bajo el efecto de sustancias alucinógenas como una falta de respeto y es por esta razón que si algún colaborador se presentara en este estado automáticamente sería sancionado por tres días los cuales no tendrán ninguna remuneración económica, y si la acción es recurrente será causa de despido.
- Para “Distri León” su imagen es la imagen de los colaboradores; por lo tanto cada uno de ellos deberá presentarse al trabajo de forma impecable.
- “Distri León” quiere caracterizarse en el mercado como una empresa puntual y oportuna por esta razón le exige a cada uno de sus colaboradores cumplir con el horario establecido el cual es de 8:00 am a 5:00 pm; cabe resaltar que los colaboradores solo contarán con una hora de almuerzo.
- Si el empleado incurre en tres fallas injustificadas el colaborador iniciará un proceso de prueba en el que si vuelve a presentarse la acción, la empresa deberá castigarlo con un memorando y tendrá la oportunidad de darle por terminado su contrato.

8. Fuentes de Ingreso

En este Ítem las fuentes de Ingresos serán por medio de venta directa, precios de contado de las prendas femeninas.

A continuación se estiman las siguientes cifras para el primer año.

Tabla 8: Perfil vendedor

BLUSAS BASICAS TALLA S A XXL	
AÑO	2015
ESTIMACIÓN DEL MERCADO (unidades)	50.000
PARTICIPACIÓN	25%
CRECIMIENTO ANUAL	1,40%
UNID A VENDER	12500
PRECIO DE VENTA	\$ 22.000,00
VENTAS EN EFECTIVO	\$ 275.000.000,00
BLUSAS PREMIUM TALLA S A XXL	
AÑO	2015
ESTIMACIÓN DEL MERCADO (unidades)	50.000
PARTICIPACIÓN	25%
CRECIMIENTO ANUAL	1,40%
UNID A VENDER	12500
PRECIO DE VENTA	\$ 28.000,00
VENTAS EN EFECTIVO	\$ 350.000.000

Elaboración propia.

Realizado en la Materia de Formulación de Proyectos

8.1. Actividades clave

Las actividades clave serán prendas con diseños diferentes siendo comercializados para mujeres entre el rango de edad de 18 a 35 años que cuentan con telas de muy buena calidad, innovando y teniendo gran variedad de prendas.

8.2. Recursos clave

En cuanto a las actividades clave se realiza por medio de los siguientes recursos:

Adquisición de las prendas de vestir y compra de las mismas: 1 Gerente General por cada almacén.

Revisión de las prendas y distribución: 1 Persona encargada. Oficina con computador, escritorio, y sillas. En cuanto a la comercialización: 1 vendedor en cada tienda. Se cuenta con instalaciones adecuadas, mobiliario, muebles para exhibición, vitrinas, sillas para la venta directa de las prendas.

8.3. Asociaciones clave

Entre Para las asociaciones clave se establece una relación directa con los proveedores de las prendas de vestir con el fin de obtener una reducción de costos.

Proveedores: Se buscan empresas especializadas al por mayor de las prendas de vestir en China.

Los cuales son: Asos, Sammydress, prettyimpress, apparelcandy, entre otros.

8.4. Estructura de costos

8.4.1. Físicos

Tabla 9: Equipo de oficina

Cantidad	Equipo	Costo Individual	Costo Total
2	Computadores*	\$ 1.800.000	\$ 3.600.000
2	Sillas*	\$ 120.000	\$ 240.000
2	Escritorio***	\$ 150.000	\$ 300.000
6	Maniqués**	\$ 500.000	\$ 3000.000
2	Vitrinas de Exhibición**	\$ 800.000	\$ 1600.000

*Jumbo **Vialambré Ltda. ****

CONSTRUCCIONES Y OBRAS CIVILES

Cantidad	Inversión	Costo Individual	Costo Total
2	Local	\$ 110.000.000	\$ 220.000.000
2	Adecuaciones	\$ 800.000	\$ 1600.000

Fuente: Elaboración propia. Realizado en la Materia de Formulación de Proyectos

8.4.2. Costos operacionales:

Tabla 10: Costos operacionales

CONCEPTO	2015
Salarios (Administrador y 3 vendedores)	\$ 60.000.000
Publicidad	\$ 4.000.000
Amortización diferidos	\$ 2.200.000
Depreciación equipos de oficina	\$ 720.000
Depreciación Muebles y Enseres	\$1.028.000
GRAN TOTAL GASTOS ADMON Y VENTAS	\$ 67.948.000

Fuente: Elaboración propia. Realizado en la Materia de Formulación de Proyectos

8.4.3. Costos Económicos

Tabla 11: Costos económicos

	2014
1. INVERSIONES FIJAS	\$ 230.340.000
1.1 NO DEPRECIABLES	
1.1.1 TERRENOS	
1.2 DEPRECIABLES	
1.2.1 CONSTRUCCIONES Y OBRAS CIVILES	\$ 221.600.000
1.2.2 MAQUINARIA Y EQUIPO	
1.2.3 MUEBLES Y ENSERES	\$ 5.140.000
1.2.4 VEHICULOS	
1.2.5 EQUIPO DE OFICINA	\$ 3.600.000
2. INVERSIONES DIFERIDAS	\$ 11.000.000
2.1 ESTUDIOS	\$ 5.000.000
2.2 GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 6.000.000
2.3 GASTOS DE ADECUACIÓN	
2.4 GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	

2.5 CAPACITACION

2.6 OTROS

2.7 IMPREVISTOS

Fuente: Elaboración Propia. Realizado en la Materia de Formulación de Proyectos

9. Resultados Diagnóstico De Sostenibilidad

En base a las respuestas sobre el cuestionario para el diagnóstico de sostenibilidad, el puntaje obtenido fue de (1,2) lo cual evidencia el compromiso que presenta el modelo con la gestión de negocio socialmente. Desde el inicio del negocio se ha detallado la importancia de una relación adyacente y provechosa con los grupos de interés, concediendo un desarrollo a partir de la integración de la concepción de la Responsabilidad Social Empresarial a la gestión con los proveedores y clientes internos y externos. En base a esto se establecen las obligaciones que se deben adquirir en el fortalecimiento de la idea de negocio con el fin de incorporar la sostenibilidad en cada lugar de la organización.

Tabla 12: Diagnóstico de sostenibilidad

EJE	INDICADOR	Total ítems	Puntaje máximo	Puntaje alcanzado	Total ítems	Puntuación
Gobierno	Participación política	5	10	5	5	1,0
	Prácticas anticorrupción	2	4	0	2	0,0
	Construcción de la ciudadanía	3	6	4	3	1,3
Colaboradores	Criterios de selección y evaluación de proveedores	5	10	8	5	1,6
	Trabajo infantil	4	8	0	0	0,0
	Relaciones en la cadena de proveedores	5	10	8	7	1,6
Cliente interno	Salud, seguridad y condiciones laborales	7	14	8	7	1,1
	Valoración de la diversidad	6	12	8	6	1,3
	Compromiso con el desarrollo profesional	5	10	4	5	0,8
	Gestión participativa	4	8	8	4	2,0
	Política de remuneración y beneficios	5	10	4	3	0,8
	Compromiso con el desarrollo infantil	4	8	4	4	1,0
	Clima laboral	4	8	8	4	2,0
	Comportamiento en los despidos y plan de retiro	4	8	5	4	1,3
	Relaciones con colaboradores tercerizados	3	6	2	3	0,7
Cliente externo	Consideración de la opinión del cliente	8	16	15	8	1,9
	Marketing y comunicación.	5	10	10	5	2,0
	Conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de los ps y ss	3	6	2	3	0,7
Comunidad	Política de apoyo a la comunidad	13	26	10	11	0,8
	Voluntariado y participación	7	14	4	7	0,6
	Financiamiento de acciones sociales	5	10	3	5	0,6
Medio ambiente	Impacto medioambiental y compromiso empresarial	9	18	15	9	1,7
	Prácticas de cuidado del medioambiente	11	22	15	11	1,4
Competencia	Posición de competencia leal	4	8	4	4	1,0
Accionistas	Compromisos éticos	14	28	21	14	1,5
	Cultura organizacional	8	16	11	8	1,4
	Gobierno corporativo	5	10	8	5	1,6
PUNTUACIÓN FINAL		158	316	194	152	1,2

Fuente: Elaboración propia. Realizado en la Clase Creación de Empresa.

“Distri León S.A.S”. Asimila los conceptos de RSE y tiene precisión en los compromisos necesarios para una gestión socialmente responsable. Estos compromisos están generando aspectos positivos en el negocio.

10. Análisis De Prefactibilidad Financiera

10.1. Proyección de ventas (primeros 5 años).

Tabla 13: Proyección de ventas

BLUSAS BASICAS TALLA S A XXL	
AÑO	2015
ESTIMACIÓN DEL MERCADO (unidades)	50.000
PARTICIPACIÓN	25%
CRECIMIENTO ANUAL	1,40%
BLUSAS PREMIUM TALLA S A XXL	
AÑO	2015
ESTIMACIÓN DEL MERCADO (unidades)	50.000
PARTICIPACIÓN	25%
CRECIMIENTO ANUAL	1,40%

Fuente: Elaboración propia. Realizado en la Materia de Formulación de Proyectos

BLUSAS BASICAS TALLA S A XXL					
AÑO	2015	2016	2017	2018	2019
UNID A VENDER	12.500	12.675	12.852	13.032	13.215
PRECIO DE VENTA	\$ 22.000	\$ 22.550	\$ 23.114	\$ 23.692	\$ 24.284
VENTAS EN EFECTIVO	\$ 275.000.000	\$ 285.821.250	\$ 297.068.316	\$ 308.757.954	\$ 320.907.580
VENTAS A CREDITO	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
BLUSAS PREMIUM TALLA S A XXL					
AÑO	2015	2016	2017	2018	2019
UNID A VENDER	12.500	12.675	12.852	13.032	13.215
PRECIO DE VENTA	\$ 28.000	\$ 28.700	\$ 29.418	\$ 30.153	\$ 30.907
VENTAS EN EFECTIVO	\$ 350.000.000	\$ 363.772.500	\$ 378.086.948	\$ 392.964.669	\$ 408.427.829
VENTAS A CREDITO	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL VENTAS CONTADO	\$ 625.000.000	\$ 649.593.750	\$ 675.155.264	\$ 701.722.624	\$ 729.335.409
TOTAL VENTAS CREDITO	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
GRAN TOTAL	\$ 625.000.000	\$ 649.593.750	\$ 675.155.264	\$ 701.722.624	\$ 729.335.409

Fuente: Elaboración propia. Realizado en la Materia de Formulación de Proyectos

10.2. Estado de Resultados (Primeros 5 años)

Tabla 14: Estado de Resultados

AÑO	2015	2016	2017	2018	2019
VENTAS NETAS	\$ 625.000.000	\$ 649.593.750	\$ 675.155.264	\$ 701.722.624	\$ 729.335.409
- COSTO DE VENTAS	\$ 336.600.833	\$ 336.063.724	\$ 348.851.833	\$ 362.143.155	\$ 375.957.490
UTILIDAD BRUTA	\$ 288.399.167	\$ 313.530.026	\$ 326.303.431	\$ 339.579.469	\$ 353.377.919
GASTOS DE ADMON	\$ 79.582.000	\$ 81.862.000	\$ 84.210.400	\$ 86.629.252	\$ 89.120.670
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 208.817.167	\$ 231.668.026	\$ 242.093.031	\$ 252.950.217	\$ 264.257.249
OTROS INGRESOS					
GASTOS FINANCIEROS	\$ 21.199.347	\$ 17.947.058	\$ 14.068.644	\$ 9.443.562	\$ 3.928.067
UTIL ANTES DE IMP	\$ 187.617.820	\$ 213.720.968	\$ 228.024.387	\$ 243.506.654	\$ 260.329.182
IMPUESTOS	\$ 46.904.455	\$ 53.430.242	\$ 57.006.097	\$ 60.876.664	\$ 65.082.296
UTILIDAD NETA	\$ 140.713.365	\$ 160.290.726	\$ 171.018.290	\$ 182.629.991	\$ 195.246.887

Fuente: Elaboración propia. Realizado en la Materia de Formulación de Proyectos

11. Conclusiones Preliminares

A lo largo del plan de negocios, se evidencio que los objetivos tanto generales como específicos planteados al inicio del trabajo, se estudiaron y evaluaron para obtener como resultado un análisis que permite evidenciar que si es posible la formalización de “Distri León”, por otro lado, por medio del estudio de mercado se observó que la cantidad de mujeres de estratos socioeconómicos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bogotá son suficientes para la oferta generada por la empresa, pues la cantidad exacta de posibles clientes es de 144.526 mujeres.

Es importante resaltar que por medio del estudio de mercado también se evidenció que actualmente en la ciudad de Bogotá, existe una fuerte competencia en el sector de comercialización de prendas de vestir para mujer; y es por esta razón que “Distri León” debe mantener su fuerzas en estar siempre a la vanguardia de las exigencias y necesidades de sus clientes, pues de lo contrario de forma muy fácil se podrían perder los clientes.

También cabe resaltar que se analizó de qué forma tanto positiva como negativa, podían afectar el entorno político, demográfico, cultural y tecnológico la formalización de la empresa; pues es importante tener en cuenta que aparte del entorno financiero los demás entornos pueden afectar de manera significativa el desarrollo del proyecto; al concluir el análisis de los entornos se determinó que actualmente la importación de cualquier producto al país se está controlando en grandes proporciones, pues el Gobierno quiere que entre importaciones y exportaciones exista una balanza en la que tanto la población colombiana como extranjera se beneficie; y es por esta razón que “Distri León” concluyo que entre su misión también esta obliga a dar a conocer a sus proveedores chinos la importancia por invertir en el producto nacional y en el país.

De acuerdo a la información obtenida se puede afirmar que el sector textil actualmente cuenta con tendencias que están relacionadas con la búsqueda de prendas con gran calidad y diseños innovadores en la ciudad de Bogotá, cabe destacar que actualmente hay un crecimiento significativo en el mercado en cuanto a las tendencias actuales el cual genera que las personas busquen ropa con diseños modernos, a bajos costos y de excelente calidad. El panorama que vislumbra es positivo, donde se presenta un entorno dinámico, el cual destaca que existe un mercado con alto potencial generando grandes oportunidades que resultan atractivas y hay que

aprovecharlas. La empresa “Distri león S.A.S”. Se proyecta en este tipo de negocio, en cuanto a la comercialización de prendas de vestir, ofreciendo una modalidad de ventas diferente, como lo son las redes sociales, página web, voz a voz, entre otros.

“Distri león S.A.S”, contara con un sitio web que ofrecerá mayor captación del mercado por medio de esta se pretende tener acceso más fácil y rápido para que adquieran las prendas, esto se lograra con un excelente servicio, promociones constantes, garantizando las entregas a tiempo, se contara con un valor agregado al brindar asesoría en los looks que estarán basados en la moda actual permitiéndole ser un cliente satisfecho.

La empresa contara con un financiamiento bien estructurado en cuanto a su capital debido a que se financia por medio de dos socias las cuales tendrán participación de sus aportes en un 50% cada una. El sector se caracteriza por ser muy competitivo pero al importar la ropa de China se puede ofrecer una variedad de ofertas de productos a precios bajos el cual es un factor importante para enfrentar el mercado existente y competir con servicio eficiente, proporcionando a los clientes comodidad, diseño, calidad de los acabados, variedad de colores generando que la esencia del negocio se base en brindarle a la mujer la satisfacción en sus compras. El plan de negocio es consecuente con un plan administrativo que apoye a las personas con talento más substancial que tiene la empresa, para que se cuente con personal altamente capacitado para interactuar con los clientes en cuanto a conocimientos en ventas y moda. El éxito de la empresa se basara en el profesionalismo al momento de relacionarse con los clientes, proveedores, para tener una competencia directa que consta de tener estrategias adecuadas logrando satisfacer las necesidades del segmento del mercado objetivo para cubrir las preferencias de los clientes. Para finalizar y en base a la información anterior se destaca que la importación de ropa de China es un negocio rentable y muy competitivo que es una buena opción para vencer obstáculos y desarrollar esta gran oportunidad de negocio.

Teniendo en cuenta todo lo anteriormente expuesto el modelo de negocio de comercialización de prendas de vestir, para mujeres de 18 a 35 años con gran variedad de diseño y un servicio personalizado es convenientemente justificable ya que actualmente el mercado existente del sector textil no presenta una atención satisfactoria en cuanto a las nuevas tendencias, lo cual genera una gran oportunidad de negocio.

12. Referencias

Alcaldía Mayor de Bogotá y Pro familia. (2011). 1a Encuesta distrital de demografía y salud Bogotá 2011. Bogotá D.C.: Alcaldía mayor de Bogotá.

ANDI. (2013). Acuerdos Comerciales Cámara algodón, fibras, textiles y confecciones: ANDI.

ANDI. (2013). Cifras del sector cámara algodón, fibras, textil y confecciones: ANDI.

http://www.andi.com.co/pages/proyectos_paginas/proyectos_detail.aspx?pro_id=1754&Id=26&clase=8&Tipo=2

Benchmark. (2013). Reportes sectoriales: Sector Confecciones. BPR Benchmark.

DANE y Secretaría distrital de Planeación. (2011). Primera encuesta multipropósito para Bogotá 2011. Bogotá D.C.: Alcaldía Mayor de Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2013). Informe de Industria Octubre de 2013. MinCIT.

PROEXPORT Colombia. Explore oportunidades de negocio por país: Colombia Trade.

<http://www.colombiatrader.com.co/oportunidades/explore-oportunidades-por-pais>

Secretaría Distrital de Planeación Bogotá. (2010). Bogotá Ciudad de Estadísticas. Bogotá D.C.: Secretaría distrital de Planeación.

Superintendencia de Sociedades. (2013). Desempeño del sector textil confección 2008-2012. Bogotá: Superintendencia de Sociedades.

Cabrera, L. G. (2013). *Super Intendencia Financiera* . www.supersociedades.gov.co

Dane. (2011). de <http://www.dane.gov.co/>

El Colombiano. (s.f.).

Marulanda, O. p. (27 de 07 de 2014). *Elmundo.com*.

Programa de transformacion productiva. (2013)

Superintendencia de Sociedades. (2013). *Desempeno del sector textil confección 2008-2012*.

Bogotá: Superintendencia de Sociedades .

APÉNDICE NO. 1

Hoja de Vida

LINA FERNANDA LOSSA ENRIQUEZ

Cédula de Ciudadanía No. 1130594978

Correo electrónico: lina136@hotmail.com

Celular: 3014166138

RESUMEN

Soy Administradora de Empresas de la Universidad San Buenaventura Bogotá. Entre mis cualidades como emprendedor se destaca que soy independiente, innovadora, creativa, honesta, responsable, disciplinada y aplicada en las tareas que me designen, con capacidad de interactuar en equipo para la construcción de metas y objetivos comunes.

EXPERIENCIA LABORAL

Nombre empresa: MINERALES DEL

PACIFICO L.F

Cargo: PROPIETARIA

Fecha de creación: De 2008 - 2010

Nombre empresa: DISTRIBUCIONES EL

CONSTRUCTOR

Cargo: SECRETARIA

Tiempo: De 2012 a 2013
Jefe Inmediato: NINFA ENRIQUEZ
Teléfono: 3107991576

FORMACIÓN ACADÉMICA

Institución: UNIVERSIDAD SAN BUENAVENTURA
BOGOTÁ
Título obtenido: Programa Administración de Empresas
Fecha de grado: Agosto de 2015