

**DISEÑO DEL PLAN EXPORTADOR PARA LA EMPRESA CONFECCIONES
DI'MAFER FASHION**

MARÍA FERNANDA PINZÓN MEJÍA

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE INGENIERÍA
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
BUCARAMANGA**

2014

**DISEÑO DEL PLAN EXPORTADOR PARA LA EMPRESA CONFECCIONES
DI'MAFER FASHION**

MARÍA FERNANDA PINZÓN MEJÍA

**Proyecto de grado para obtener el título de
INGENIERA INDUSTRIAL**

**Director del proyecto:
NAZLY TRIANA MOYANO
PROFESIONAL EN COMERCIO INTERNACIONAL**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE INGENIERÍA
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
BUCARAMANGA**

2014

Nota de Aceptación:

Jefe de Programa

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Bucaramanga, Octubre 2014

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por su fuerza y su ayuda, a mis abuelitos por su ejemplo y compañía, a mis papás, por su amor y apoyo incondicional, a mis hermanas por sembrar alegría en mí, y
a toda mi familia, por su cuidado y amor.

A cada una de las personas que me ayudaron y acompañaron, con su alegría y su
fuerza. Gracias.

Especialmente, a mi amigo Jacobo SanJuan, siempre te recordaré Jacob, a Doña
Yolanda y Carla.

Y a la profesora Nazly Triana, por su guía y colaboración.

TABLA DE CONTENIDO

1. Generalidades de la empresa	20
1.1 Información general de la empresa	22
1.2 Reseña histórica	24
1.3 Área específica de trabajo	25
1.3.1 Supervisor del proyecto.....	26
2. Definición del problema.....	27
3. Antecedentes	29
4. Justificación.....	32
5. Objetivos	34
5.1 General.....	35
5.2 Específicos	35
6. Marco teórico	40
6.1 Globalización y exportación	40
6.2 Industria textil-confección	40
6.2.1 Industria textil-confección nivel mundial.....	42
6.2.2 Industria textil-confección Colombia.....	42
6.2.3 Industria textil-confección Santander.....	44
6.3 Requerimientos exportaciones	44

7. Diseño metodológico.....	44
7.1 Tipo de investigación	44
7.2 Fuentes.....	45
7.2.1 Fuente primaria.	46
7.2.2 Fuentes secundarias	48
8. Actividades a desarrollar	48
9. Diagnóstico de la empresa.....	48
9.1 Planeación estratégica	48
9.1.1 Misión.....	48
9.1.2 Visión.	49
9.1.3 Valores organizacionales.	49
9.2 Recurso humano y cultura organizacional.....	49
9.2.1 Perfil del recurso humano.	49
9.2.2 Selección y contratación del personal.	52
9.2.2.1 Criterios de selección del personal.	52
9.2.2.2 Contratación del personal.	53
9.2.3 Planeación.	54
9.2.4 Responsabilidad.....	55
9.3 Área de producción.....	55
9.3.1 Materias primas.....	55

9.3.2 Inventarios.....	58
9.3.3 Descripción proceso productivo.	58
9.3.4 Proveedores y compras.	60
9.3.5 Flujograma.	60
9.3.6 Distribución de planta.....	61
9.3.7 Capacidad de producción.....	62
9.3.8 Flexibilidad.	64
9.3.9 Maquinaria	65
9.3.10 Control de calidad	65
9.4 Mercadeo y ventas	66
9.4.1 Portafolio de productos.	66
9.4.2 Investigación y desarrollo.....	70
9.4.3 Empaque.....	71
9.4.4 Servicio al cliente	72
9.4.5 Precios	72
10. Mercado objetivo	74
10.1 Canales de distribución	74
10.2 Clientes principales.....	75
10.3 Estacionalidad de las ventas	76
10.4 Publicidad	77

10.5 Matriz DOFA.....	80
11. Productos	80
11.1 Descripción general de productos	81
12. Selección del producto	81
12.1 Partida arancelaria producto seleccionado.....	82
12.1.1 Ficha técnica.....	83
13. Estudio del mercado objetivo	84
13.1 Preselección de países.....	84
13.1.1 Afinidad cultural.....	84
13.1.1.1 Análisis por afinidad cultural.....	87
13.1.2 Logística.....	88
13.1.2.1 Análisis por logística.	89
13.1.3 Exportaciones desde Colombia.....	89
13.1.4 Exportaciones e importaciones partida arancelaria 610610.....	94
13.1.5 Exportaciones desde Colombia.....	94
13.1.6 Importaciones a Colombia.....	95
13.1.6.1. Análisis por exportaciones desde Colombia.....	98
13.1.7 Acuerdos comerciales.	99
13.1.7.1. Análisis por acuerdos comerciales.....	104
13.1.8 Importaciones partida arancelaria	104

13.1.8.1. Análisis por importaciones de la partida arancelaria.	105
13.1.9 Exportaciones partida arancelaria, desde Colombia.	106
13.1.9.1. Análisis por exportaciones partida arancelaria, Colombia.....	107
13.1.10 Análisis países preseleccionados	108
14. Estudio del mercado objetivo	111
14.1 Matriz de selección	111
14.1.2 Indicadores económicos.....	111
14.1.3 Población	113
14.1.4 Situación política	113
14.1.5 Comercio internacional	114
14.1.6 Actualidad del mercado.....	114
14.1.7 Condiciones de acceso al mercado	115
14.1.8 Transporte marítimo	115
14.1.9 Transporte aéreo.....	116
14.2 Mercado objetivo, alternativo y contingente	116
15. Diseño plan exportador	116
15.1 Objetivos.....	118
15.2 Estrategias.....	118
15.3 Búsqueda de clientes	119
15.4 Logística de exportación.....	123

15.4.1 Acceso marítimo Colombia – Chile.	126
15.4.2 Acceso aéreo Colombia – Chile.	127
15.4.3 Aspectos logísticos para realizar exportación a Chile.	127
15.5 Trámites de exportación en Colombia	128
15.6 Incentivos a las exportaciones en Colombia.....	130
15.7 Trámites de importación en Chile	131
Conclusiones.....	133
Recomendaciones.....	135
Bibliografía	138
Apéndice A.....	141
Apéndice B.....	142
Apéndice C.....	144
Apéndice D.....	155

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Organigrama.....	24
Figura 2. Diamante de Porter.....	37
Figura 3. Fortalezas y debilidades, Santander.....	39
Figura 4. Ruta exportadora.....	43
Figura 5. Misión.....	48
Figura 6. Visión.....	48
Figura 7. Valores organizacionales.....	49
Figura 8. Inventario materia prima.....	56
Figura 9. Inventario productos terminados.....	57
Figura 10. Flujograma.....	61
Figura 11. Distribución de planta.....	63
Figura 12. Pantalón.....	67
Figura 13. Camisa.....	67
Figura 14. Falda.....	68
Figura 15. Vestido.....	68
Figura 16. Conjunto.....	69
Figura 17. Blusa.....	69

Figura18. Chaqueta.....	70
Figura 19. Exportaciones partida arancelaria 610610.....	93
Figura 20. Exportaciones partida arancelaria 610610.....	94
Figura 21. Exportaciones partida arancelaria 610610.....	94

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Descripción de cargos.....	50
Tabla 2. Materias primas.....	55
Tabla 3. Lista de precios.....	73
Tabla 4. Clientes mayoristas.....	75
Tabla 5. Matriz DOFA.....	78
Tabla6. Descripción general de productos.....	80
Tabla 7. Selección del producto.....	81
Tabla 8. Ficha técnica.....	83
Tabla 9. Ficha País.....	85
Tabla 30. Matriz afinidad cultural.....	85
Tabla 11. Importaciones a Colombia.....	97
Tabla 12. Acuerdos comerciales con Colombia.....	100
Tabla 13. Descripción acuerdos comerciales.....	103
Tabla 14. Importaciones partida arancelaria.....	106
Tabla 15. Exportaciones partida arancelaria.....	108

GLOSARIO

Arancel: Tarifas que gravan las mercancías en importaciones, exportaciones y tránsito, al igual que los impuestos fiscales, disposiciones complementarias e índices correspondientes.

Balanza comercial: Registra únicamente, las transacciones de bienes de un país con el resto del mundo, en un periodo determinado.

Cuando el valor, de las exportaciones sobrepasa, el de las importaciones, se dice que tiene superávit, de lo contrario, presenta un déficit.

Carta de crédito: Forma de pago, donde una entidad bancaria, genera un documento de crédito, que ampara la negociación.

Certificado de origen: Documento que presta soporte, al origen del producto exportado, y algunas veces es requerido, en el proceso de exportación.

Contenedor: Cajón metálico, de medidas estándar, usado para las transportación marítima.

Embalaje: Empaque exterior, de la respectiva carga, de productos exportados.

Exportación: Proceso de venta de mercancías al exterior.

Importación: Proceso de compra de mercancías en el exterior.

Incoterms: Leyes de comercio internacional, que rigen las condiciones de entrega de la mercancía, estableciendo las responsabilidades del vendedor y el comprador.

Posición arancelaria: Número de clasificación usado por las aduanas, para los productos de exportación e importación.

Seguro: Respaldo que se adquiere, para protección de la carga, por daño o pérdida.

Valor CIF: Costo, seguro y flete, el vendedor realiza la entrega, cuando la mercancía, sobrepasa la borda del buque, en el puerto de embarque convenido.

El vendedor, debe cubrir los costos y el flete necesario, para llevar la mercancía al puerto de destino, después de la respectiva entrega, sus responsabilidades son transmitidas al comprador.

Valor FOB: Franco a bordo, el vendedor hace entrega de la mercancía, cuando se sobrepasa la borda del buque, en el puerto de embarque.

Este término, exige al vendedor, despachar la mercancía en aduana, para su exportación.

Zona franca: Áreas del territorio nacional, extra-aduaneras, sujetas a un régimen especial, donde se ubican empresas, dedicadas a la producción o comercialización de bienes, mediante la exportación, al igual que servicios relacionados con el comercio internacional.

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: Diseño del plan exportador para la empresa Confecciones Di'Mafer Fashion

AUTOR(ES): María Fernanda Pinzón Mejía

FACULTAD: Facultad de Ingeniería Industrial

DIRECTOR(A): Nazly Triana Moyano

RESUMEN

El diseño del plan exportador, para la empresa confecciones Di'Mafer Fashion, tiene como fin, involucrar a la empresa, en el mercado internacional.

Para lo cual, se realizó un diagnóstico de la situación actual de la empresa, seguido de un análisis de productos, para lograr la selección del producto con mayores características adecuado para exportar, así como un análisis de diferentes países, a los que es posible realizar la exportación, mediante el estudio de afinidad cultural, logística, exportaciones desde Colombia, acuerdos comerciales, importaciones de la partida arancelaria y exportaciones de la partida arancelaria desde Colombia.

Obteniendo así, cinco países preseleccionados, los cuales fueron evaluados, frente a diferentes parámetros, para la determinación de tres países seleccionados, como mercado objetivo, alterno y contingente, según sus puntuaciones.

Creando como último paso, estrategias que permitirán llevar a cabo, el plan exportador, y serán de gran ayuda para la empresa, facilitando su proceso de internacionalización, al igual que conclusiones y recomendaciones, a mediano y largo plazo, que fortalecerán a la organización, y ayudaran a su crecimiento.

PALABRAS CLAVES:

Plan exportador; Estrategias; Logística, Afinidad cultural, Transporte, Acuerdos comerciales.

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: Design of the exporting plan for the company Di\Mafer Fashion
AUTHOR(S): María Fernanda Pinzón Mejía
FACULTY: Facultad de Ingeniería Industrial
DIRECTOR: Nazly Triana Moyano

ABSTRACT

The design of the export plan for the Company Di'Mafer Fashion, intended to involving the Company in the international market. For that, a diagnosis of the current situation of the Company was held, followed by an analysis of products, to achieve the product's selection with greater features proper to export.

As well as an countries analysis, to those who it is possible to export, by the study of cultural affinity, logistics, exports from Colombia, trade agreements, imports of the tariff heading, and exports of the tariff heading.

Obtaining as well five shortlisted countries, which were evaluated, with different parameters, for the three selected countries determination, as target market, alternative and contingent, according to their scores.

Creating as step last, strategies that will allow carry out the export plan, and will be of great help to the company, helping the internationalization process, as well as the conclusions and medium and long term recommendations, that will strengthen to the organization, and will help in their growth.

KEYWORDS:

Export plan; Strategies; Logistics, Cultural affinity, Transport, Trade agreements.

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

INTRODUCCIÓN

Debido a la evolución presentada a lo largo del tiempo, en la economía, surge la oportunidad de intercambio de productos, mediante el comercio internacional, contando con parámetros como, tratados de libre comercio, preferencias arancelarias, acuerdos económicos, entidades especializadas, y beneficios a los exportadores, entre otros.

Consolidando al comercio internacional, como una alternativa vigente, para las diferentes empresas, mediante la exportación de sus productos, o servicios, logrando así, su conservación en el mercado, el alcance del mejoramiento continuo, y su posterior crecimiento.

Gracias a ello, y a los conocimientos previamente adquiridos, mediante el programa de ingeniería industrial, de la Universidad Pontificia Bolivariana, se llevó a cabo el proyecto de grado, diseño de plan exportador, para la empresa Confecciones Di'Mafer Fashion, con actividad económica referente a, elaboración de prendas de vestir femeninas.

Proceso para el cual, se realizó un diagnóstico respectivo de la empresa, mediante el análisis de su constitución, y sus productos; seguido de un estudio de los mercados potenciales, ajustados a las características necesarias para el plan exportador, las cuales permitieron lograr la preselección de un conjunto de países.

Seguido, de una investigación, que abarcó la información relevante para la selección de los mercados: objetivo, alterno y contingente. Presentando así, el mercado principal, para llevar a cabo la exportación, al igual que sus características, y otros dos mercados, que servirán de guía, o como destino en futuras exportaciones.

1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA

1.1 Información general de la empresa

- ✓ **Nombre de la empresa:** Confecciones Di'Mafer Fashion

- ✓ **Nit:** 63288376-1.

- ✓ **Dirección:** carrera 32ª No. 18 – 22.

- ✓ **Teléfono:** 6340894-6832593.

- ✓ **Representante legal:** Olga Mejía.

- ✓ **Actividad económica:**
 - **181010** - Diseño, confección y comercialización de prendas de vestir textiles y similares.

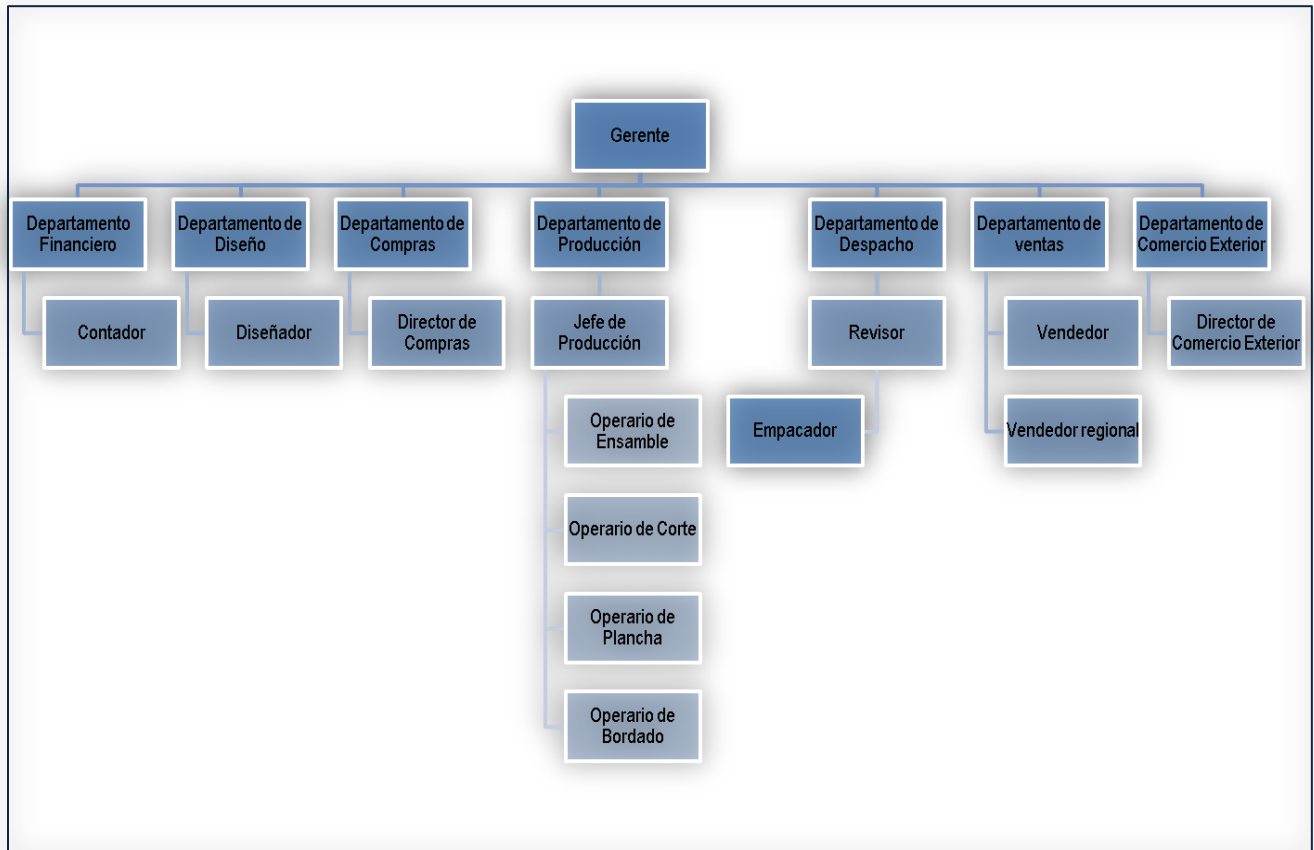
- ✓ **Número de empleados:** (23)

- ✓ **Empleos directos:** (4)
 - Gerente.

- Diseñador.
- Operario de corte.
- Operario de ensamble.
- ✓ **Empleos indirectos: (19)**
- Operario de corte (2).
- Operario de ensamble (9).
- Operario de plancha (2).
- Operario de bordado(2).
- Contador (1).
- Vendedor (1).
- Vendedores regionales (2).

✓ **Estructura organizacional:**

Figura 2. *Organigrama* .Organigrama, empresa Confecciones Di'Mafer.



Fuente: autoría propia.

1.2 Reseña histórica

Confecciones Di'Mafer Fashion, nace en Abril del año 1994, como la idea de su fundadora Olga Mejía, de plasmar su creatividad e interés por el diseño de modas, iniciando así con cuatro empleados entre los cuales se encontraban, los cargos de diseñador, operario de corte, operario de ensamble y gerente, cuatro máquinas

especializadas para la elaboración de prendas de vestir, y un inmueble conformado por la fábrica y el almacén, en el cual aún se desarrollan las labores de diseño, corte, ensamble y comercialización, con la ayuda de cuatro empleados directos y dieciséis indirectos, y ocho máquinas destinadas a los diferentes procesos.

Desde su inicio el mercado objetivo de Confecciones Di'Mafer Fashion, estuvo liderado por la sección de prendas de vestir femeninas, las cuales eran comercializadas en el almacén de la organización, sin embargo con el paso de los años y la especialización en este ámbito se encontró una forma de comercialización alternativa como lo es, la comercialización mediante vendedores nacionales.

Siendo la anterior alternativa, gratificante para la organización, y clave para su desarrollo y mejoramiento continuo, motivo por el cual, se da paso a una tercera alternativa, de carácter mayor, como lo es la exportación de sus productos, actividad planteada como un objetivo de la organización, desde hace algunos años, a largo plazo.

1.3 Área específica de trabajo

El proyecto a realizarse, requerirá de la participación en el área administrativa y operativa, debido a que el diseño del plan exportador, cuenta con un diagnóstico de la empresa, al igual que hace necesario el conocimiento, cooperación y disposición de toda la organización.

1.3.1 Supervisor del proyecto.

Olga Mejía.

Gerente Confecciones Di'Mafer Fashion.

2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

El Proyecto, está orientado a realizar, el diseño del plan exportador, para la empresa, Confecciones Di'Mafer Fashion, y todos sus componentes, definiéndolo así, como el resultado de los conceptos aprendidos, en las diferentes asignaturas, y sus respectivas aplicaciones, a las empresas de la economía actual.

Siendo este, el objetivo principal de la investigación, se encuentra como primordial formulación del problema, el orden correcto de los diferentes pasos, y métodos necesarios, para el óptimo diseño del plan exportador, agrupando así, las características económicas, tanto internas, como externas, de los diferentes mercados internacionales, con el fin, de identificarlas, y seleccionar las más adecuadas, para la introducción del producto.

Según los parámetros, y estándares de calidad, a los que se encuentran sujetos, y considerar así, las posibles modificaciones a realizar, en los diversos productos ofrecidos por la empresa, para dicha incursión en el mercado internacional.

Con el fin de aumentar las utilidades de la empresa, su nivel de competitividad, el cual, no solo se fije a una competencia nacional, sino a una internacional también, con el fin de acrecentar el nivel de la empresa, y sus lineamientos de calidad, a nivel del sector textil.

Entre los cuales se pueden encontrar exigencias de calidad, que se fundamentan en los procesos, productos, características del personal de la organización, y otros atributos fundamentales, que resaltarán su labor, y brindarán un lugar de liderazgo, en el campo de la exportación.

Igualmente, se presentan los parámetros, relacionados con el empaque, y envío de los productos, los cuales deben ser adecuados, tanto para el exportador como para sus clientes, garantizando, el buen estado del producto, seguridad en el envío y confiabilidad en su empresa, lo cual, será de gran ayuda para las demás empresas constituyentes de la economía colombiana, que deseen entrar en el grupo, de empresas de carácter exportador.

La posibilidad de realizar exportaciones, desde el sector textil colombiano, es una oportunidad latente en la economía actual, debido a sus múltiples beneficios, y facilidad en el área de su desarrollo, y puesta en marcha, gracias a las diferentes entidades relacionadas con este campo, estudios previos, y cifras que demuestran la acogida, y expansión que se ha venido presentando, mediante organizaciones actualmente exportadoras, por lo que se observa este proceso, como una oportunidad significativa para la empresa, Confecciones Di'Mafer Fashion, a través de la cual, podrá incrementar su nivel de ventas, aumentar sus utilidades, establecerse en un mercado de consumo mayor, y adquirir habilidades, que le ayudarán a su fortalecimiento y participación en sus aportes al sector textil -confecciones.

3. ANTECEDENTES

El sector textil – confecciones, se presenta como uno de los sectores de la economía colombiana, con mayor cantidad de características aptas, para el proceso de exportación, debido a su diferenciación en el diseño, calidad de materias primas, optimización de procesos, y posicionamiento ante los diferentes mercados internacionales, líderes en este ámbito.

El sector cuenta, con diferentes entidades representantes de sus intereses, y desarrollo, como lo son, clúster textil y confección, cámara sectorial de la ANDI, Inexmoda, SENA, Proexport, Cidetexco, Colciencias, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y el Departamento Nacional de Planeación, los cuales apoyan la labor y facilitan el desempeño, en los mercados nacionales e internacionales, mediante diferentes proyectos, que impulsan a las empresas que los componen, al mejoramiento continuo.

Como algunos de estos proyectos, encontramos, los diferentes programas de capacitación a las empresas y sus trabajadores mediante 12 modalidades especializadas para el sector, con cobertura nacional, brindado por el SENA¹, el ISCI (Informe de moda de Inexmoda), el cual brinda a sus usuarios, un informe online de tendencias de moda, dirigido al sector textil - confecciones, sector de calzado y marroquinería, joyería y bisutería, y decoración del hogar², al igual que documentos de

¹ Ministerio De Comercio, Industria y Turismo: Textil y confecciones 2012.En: Proexport Colombia, 2012. p. 5.

² INEXMODA. ISCI (Informe de moda de Inexmoda). Medellín (Colombia).

interés, propuestos por el observatorio económico, acerca de temas de investigación y exploración.

Entre otras diferentes herramientas, brindadas por las demás entidades mencionadas, que hacen del sector, un sector altamente competitivo en la actualidad.

Además de ello, se cuenta con otros beneficios como, un régimen de zonas francas competitivo, incentivos tributarios, incentivos financieros y salariales, el segundo lugar en sectores manufactureros, pertenecientes a sectores de clase mundial, entre otros beneficios, que lo convierten en un sector líder y próspero, para las empresas que lo componen.

Siendo ejemplo de esto, se hallan empresas colombianas como, Textiles Fabricato Tejicondor S.A. – Altex, Enka De Colombia S.A., C.I. Jeans S.A., Industrias Cannon de Colombia S.A., Manufacturas Eliot S.A., C.I Netcap S.A., Vestimundo S.A., C.I.Dugotex S.A., Compañía Colombiana de Tejidos S.A. Coltejer, Lafayette S.A.³, las cuales ocupan los diez primeros puestos, por sus ventas y porcentaje de participación, en los registros de exportación.

Al igual que diferentes departamentos exportadores líderes, entre los que se encuentran en orden descendente: Antioquia con 52% de participación, Bogotá D.C con 26,5%, Valle Del Cauca con 6.6%, Atlántico con 5.6%, Risaralda con 3,1%, Norte de Santander con 2.6%, Santander con 1,4%, Cundinamarca con 1,0%, Quindío

³ Ministerio De Comercio, Industria y Turismo: Textil y confecciones 2012.En: Proexport Colombia, 2012. p. 20.

con 0.6%, y Caldas con 0.3%⁴, estableciendo así, a Santander en la séptima posición, con un porcentaje de participación favorable, ante los demás departamentos, y con una significativa oportunidad de mejoramiento, y posicionamiento en esta clasificación.

Siendo actualmente, para todo el departamento de Santander, de carácter prioritario, el aumento de sus exportaciones, y su expansión en el mercado con productos de valor agregado, y de características diferenciables, que ayuden a su reconocimiento internacional, al igual que a la apertura de nuevos caminos y espacios, para las empresas que tienen como objetivo, a largo o mediano plazo su incursión en este ámbito.

⁴ LEGIS S.A. Textiles y confecciones en Colombia. Bogotá D.C: Legiscomex; 2012. Estudio de mercadeo: Septiembre 2012. p.19.

4. JUSTIFICACIÓN

El diseño del plan exportador, para la empresa Confecciones Di'Mafer Fashion, busca generar diferentes resultados, basados en el crecimiento de la organización, en cada una de las áreas relacionadas.

Siendo algunos de ellos, el aumento en sus ventas en un 40%, como objetivo inicial, el aumento en sus utilidades, y liquidez, al igual que, la apertura de espacios en diferentes mercados, que tengan afinidad cultural, facilidad de transporte, aceptación de los productos elaborados, y diferentes características relacionadas con el país de origen, siendo algunos de ellos, Argentina, Ecuador y Perú, entre otros, al igual que el reconocimiento de su marca, satisfacción del consumidor final, oportunidad de aprendizaje, oportunidad de competencia con empresas pioneras en exportación, fortalecimiento de relaciones con, entidades pertenecientes al sector textil – confecciones, conocimiento de sus beneficios y proyectos, y el mejoramiento continuo mediante la experiencia generada, de sus productos, procesos y recurso humano, los cuales colaborarán en todo el proceso exportador y serán un factor diferenciador.

Resaltando también, como beneficio de la investigación, a niveles externos, se encuentra la colaboración futura, a organizaciones que deseen pertenecer al ámbito del comercio internacional, mediante la experiencia adquirida, y el reconocimiento de factores claves para el desempeño en los mercados internacionales.

Y el aumento de participación del sector textil – confecciones, en el PIB industrial y nacional, lo que ayudará a su vez a la generación de empleo, incremento en cifras en investigaciones e informes, y la constitución de Colombia, como un país, de productos de calidad y recurso humano capacitado.

Estas características servirán, a los diferentes sectores manufactureros del país, en términos de innovación, tecnología e investigación, haciendo de los productos colombianos, productos competitivos, enfocados en las fortalezas de cada uno de los sectores, y las especificaciones de los países candidatos para la realización de las exportaciones.

Finalmente, el estudio en términos académicos, permitirá la aplicación de conceptos y procesos, estudiados anteriormente en las asignaturas relacionadas con las diferentes áreas, y procedimientos de una organización; así como las asignaturas pertenecientes, al ámbito de negocios internacionales, el cual se enfoca en los métodos, y características de los mercados internacionales, y su relación, con las empresas pertenecientes a la economía colombiana.

5. OBJETIVOS

5.1 General

-Diseñar el plan exportador para la empresa, Confecciones Di'Mafer Fashion, que permita introducir sus productos, en el mercado internacional.

5.2 Específicos

-Definir el potencial exportador de la empresa, mediante el diagnóstico empresarial de la misma, para la formulación de estrategias de comercio, con mercados internacionales, que permitan su incursión en ellos.

-Preseleccionar los mercados potenciales para la organización.

-Seleccionar el mercado objetivo, alternativo y contingente, que permita determinar las potencialidades exportadoras.

-Diseñar el plan exportador para la empresa.

6. MARCO TEÓRICO

6.1 Globalización y exportación

La globalización, era considerada como un fenómeno a mediano plazo, años anteriores, hoy está establecida como un movimiento actual, que colaborará a la comunicación entre sus diferentes miembros, y posterior intercambio económico, en donde entran a participar los términos como, exportación e importación, cuyo objetivo, cambia las estrategias económicas de todas las naciones, redefiniendo las relaciones internacionales, y creando nuevos y poderosos patrones culturales⁵, los cuales buscan el beneficio de los países involucrados, así como, de las empresas pertenecientes a estos intercambios.

Estas actividades mencionadas anteriormente, contribuirán en forma significativa hacia el crecimiento, y expansión de las empresas, la optimización de sus procesos de producción, y distribución, y el aumento considerable en el uso de tecnología, lo que las transformará, en instituciones con un alto nivel, de competitividad, y desarrollo en el mercado correspondiente.

Para el adecuado desempeño, en el comercio internacional, es de gran ayuda, la determinación y aumento, de la competitividad, tanto en cada una de las empresas, como a nivel sectorial.

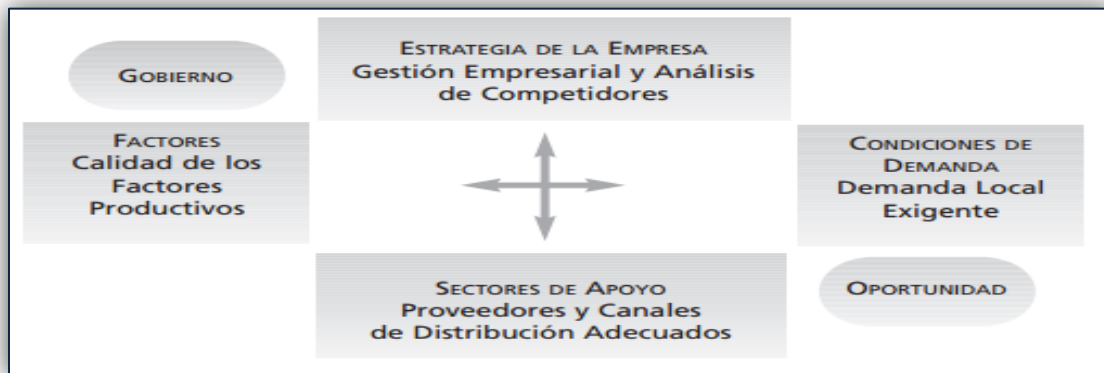
⁵ MATEUS, Julián Ramiro y WILLIAM BRASSET, David. La globalización: sus efectos y bondades. En: Economía y desarrollo. Marzo, 2002, vol.1 no. 1, p.2.

Para ello, se encuentra de gran relevancia, el estudio del Diamante De La Competitividad, de Michael Porter, basándose en el Informe Monitor, realizado para Colombia.

En el cual, se encuentran cuatro componentes, que hacen referencia a las fortalezas, de las naciones, identificadas por Michael Porter, siendo estas: Factores, Industrias relacionadas y de apoyo, Demandas, y Estrategia, estructura y competencia.

- Factores: Se compone, por el recurso humano especializado, infraestructura, factores de producción, y mejoramiento continuo de los mismos.
- Industrias relacionadas y de apoyo: Se refiere, a los proveedores, y distribuidores específicos, de cada sector.
- Demanda: Hace referencia, a la demanda nacional generada, por los productos, y servicios.
- Estrategia, estructura y competencia: Se compone, de la estructura de las organizaciones, y el ambiente competitivo del mercado, de cada una de las empresas, pertenecientes a un sector.

Figura 2. Diamante de Porter. Diamante de Porter, estudio Monitor, Colombia.



Adaptado de: “Clúster, una estrategia para crear ventaja competitiva”. Cámara de Comercio de Medellín para Antioquía, p. 9.

Gracias al uso de este recurso, se lograron identificar, mediante el estudio Monitor, diferentes características, relevantes en Colombia, como son: dificultades en el medio ambiente competitivo, carencia de diversificación de base exportadora, aumento en el desarrollo del recurso humano especializado, solucionar deficiencias referentes a infraestructura, y procurar la inversión extranjera.

Para el caso particular, del sector textil, se pudo observar, como características relevantes, para la obtención del aumento de la competitividad, los siguientes parámetros: 1. Definición del producto, 2. Segmento de consumidores, 3. Estrategias de productos⁶.

Definiendo así, un producto, mediante, la innovación, calidad, y consolidación; atendiendo, a sus consumidores, con agilidad y rapidez; y creando diferentes estrategias, que le permitan al sector, competir con los diferentes mercados líderes.

⁶ Cámara de comercio de Medellín para Antioquía. Clúster una estrategia para crear ventaja competitiva. Medellín. 2006 – 2008. P. 22.

En cuanto a la competitividad regional, se encuentra que Santander, se ubica en la etapa 4, de desarrollo, junto con, Antioquía, Atlántico, Bogotá D.C, Cundinamarca, y Valle del Cuca, según el consejo privado de competitividad, y CEPEC, Universidad del Rosario.

Así mismo, se encuentran fortalezas y debilidades, relacionadas con su competitividad, identificando, fortalezas y debilidades, principales como:

Fortalezas:

- ✓ Empresas certificadas
- ✓ Recurso humano especializado
- ✓ Pago de impuestos

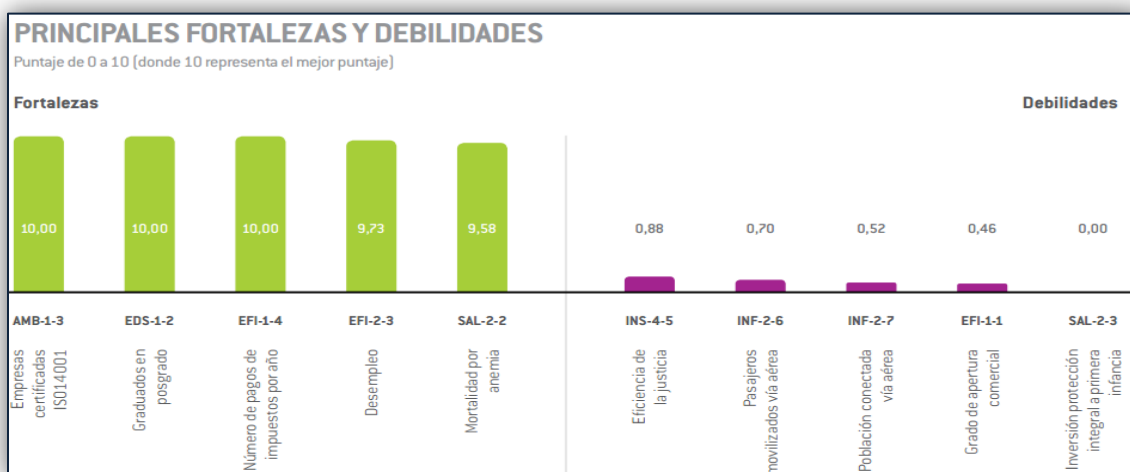
Debilidades:

- ✓ Eficiencia de la injusticia
- ✓ Pasajeros movilizados por vías aéreas

- ✓ Personas conectadas por vía aérea

Resaltando fundamentalmente, que sus fortalezas, representan en la mayoría de casos, el mayor puntaje posible, y sus debilidades solo una pequeña parte.

Figura 3. Fortalezas y debilidades, Santander. Fortalezas, y debilidades competitivas de Santander.



Adaptado de: “Índice departamental de competitividad, 2014”. Consejo Privado de Competitividad, Universidad del Rosario, p. 76.

Basándose en la información recopilada, se encuentra que al realizar el proceso de comercialización internacional, las empresas exportadoras, forjaran su proceso productivo, su producto y su organización, en estándares de calidad, altos, de nivel nacional, junto de la mano del aumento en innovación y efectividad, que le permitirán, estar a la par, de las empresas líderes, al igual que la compensación, de sus utilidades de carácter nacional, y una mayor solidificación para su competencia nacional, con las organizaciones importadoras.

6.2 Industria textil-confección

6.2.1 Industria textil-confección nivel mundial.

Actualmente la industria textil-confecciones, se encuentra liderada por regiones, entre las que se ubican en orden descendente, América del norte, América del sur y central, Comunidad de estados independientes, África, Oriente medio y Asia⁷, dando paso a los principales países exportadores, con cifras de exportaciones dadas, en miles de millones de dólares como, Unión Europea con 71.21, China con 48.68, Estados Unidos con 12.67, Corea con 10.11 e India con 9.33⁸ entre otros.

Así mismo, se presentan, según la Organización Mundial Del Comercio, países líderes en importaciones para la industria, con cifras en miles de millones de dólares como son, Unión Europea con 70.43, Estados Unidos con 23.5, China con 16.36, Hong Kong con 13.97, Japón con 6.18, México con 5.95, Turquía con 4.69 y Canadá con 4.38 entre otros⁹.

Los cuales posicionan al mercado textil-confección como un mercado de gran posibilidad de acceso y beneficio para sus integrantes.

6.2.2 Industria textil-confección Colombia.

La industria textil- confección colombiana, se ha caracterizado por generar grandes avances en sus últimos años de desarrollo como son, disponibilidad de personal

⁷ ARAUJO IBARRA. Sobre el sector a nivel mundial y el caso colombiano. Sector textiles y confecciones. Bogotá: Cámara de usuarios de zonas francas, 2008. P. 2.

⁸ ARAUJO IBARRA. Sobre el sector a nivel mundial y el caso colombiano. Sector textiles y confecciones. Bogotá: Cámara de usuarios de zonas francas, 2008. P. 3.

⁹ Ibid.,p.3.

capacitado, entidades especializadas en servicios de apoyo, once tratados de libre comercio con preferencias arancelarias para el sector¹⁰, representación de más del 12% en el PIB industrial, y cerca del 1,6% en el valor agregado nacional, crecimiento del 6.4% en el año 2011 de la industria, y establecimiento de principales productores regionales como Cundinamarca y Antioquía, y principales países destinos de exportación Ecuador, México y Venezuela.¹¹

Así mismo instauración y desarrollo de ferias comerciales como son, Colombiamoda, quien ocupa el primer lugar en importancia a nivel de Latinoamérica junto a SPWF realizada en Brasil, Colombiatex, calificada como la segunda feria más grande de textiles a nivel de Latinoamérica, Cali Exposhow, e International Footwear & Leather Show, la cual involucra a empresas representantes del sector de calzado, marroquinería y prendas de vestir realizadas en cuero¹².

Igualmente se encuentra, según un estudio realizado por la Asociación Nacional de Industriales, que se cuenta actualmente, en Colombia, con aproximadamente 450 fábricas de textiles, 10.000 fábricas de confecciones, 130.000 empleos directos y 750.000 empleos indirectos¹³, lo que la establece como una fuente de empleo de gran importancia en la industria manufacturera, y en la industria colombiana, entre otras múltiples características y atributos que la convierten en una industria líder y competitiva a nivel mundial.

¹⁰ Ministerio De Comercio, Industria y Turismo: Textil y confecciones 2012.En: Proexport Colombia, 2012. p. 2.

¹¹ Ibid.,p.8.

¹² Ministerio De Comercio, Industria y Turismo: Textil y confecciones 2012.En: Proexport Colombia, 2012. p. 26.

¹³ LEGIS S.A. Textiles y confecciones en Colombia. Bogotá D.C: Legiscomex; 2012. Estudio de mercadeo: Septiembre 2012. p.13.

6.2.3 Industria textil-confección Santander.

La industria textil-confección en la región de Santander cuenta con aproximadamente 102 establecimientos, 3.208 empleos, y una producción bruta de 133.867,307 gramos¹⁴, ocupando así el sexto lugar entre los principales líderes por región del sector, con una apuesta productiva de convertir a Santander en una región conocida nacional e internacionalmente por la calidad de sus productos en el macro sector de prendas de vestir, el cual involucra calzado, confecciones y joyería¹⁵.

Así mismo se encuentra como cifra significativa, sus exportaciones en el año 2011 el cual se presenta como, 15.944.932 USD FOB, con participación del 1,4%, en el grupo de regiones exportadoras colombianas, y un valor de 29.802,574 USD CIF en importaciones para el mismo año, ¹⁶ lo que la convierten en una región activa en intercambios comerciales.

6.3 Requerimientos exportaciones

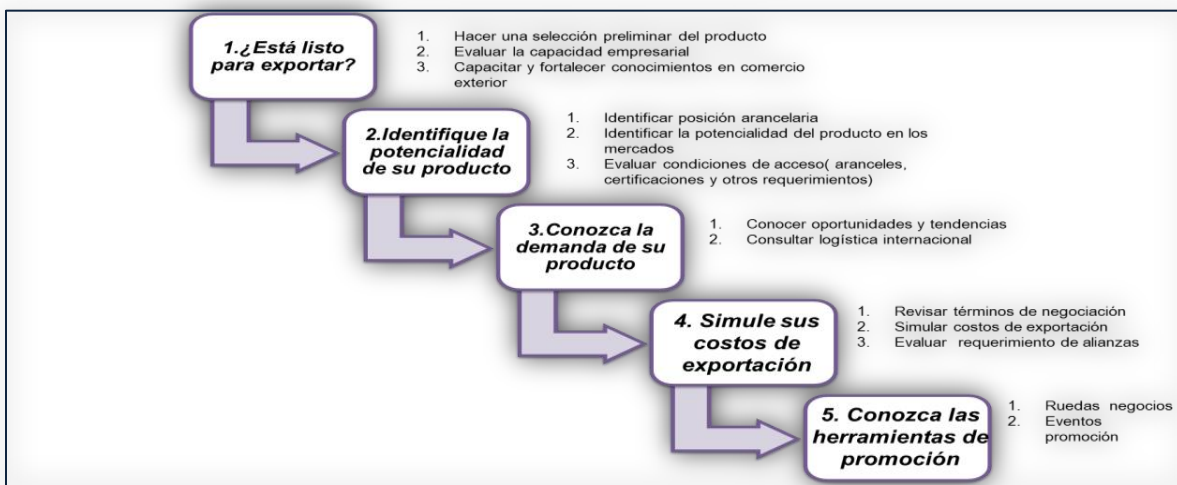
Existen numerosas etapas, compuestas por actividades, que ayudan a la empresa, en el proceso de exportación, logrando una ubicación actual de la misma, y conociendo, sus acciones futuras, por ello se encuentra como información de gran valor, el diseño de una ruta exportadora brindada por Proexport, entidad especializada en el apoyo y acompañamiento de este proceso.

¹⁴ ARAUJO IBARRA. Sobre el sector a nivel mundial y el caso colombiano. Sector textiles y confecciones. Bogotá: Cámara de usuarios de zonas francas, 2008. P. 7.

¹⁵ LEGIS S.A. Textiles y confecciones en Colombia. Bogotá D.C: Legiscomex; 2012. Estudio de mercadeo: Septiembre 2012. p.15.

¹⁶ Ibid.,p.19.

Figura 4. Ruta exportadora. Ruta exportadora, compuesta por cinco pasos, fundamentales.



Adaptado de: “Herramientas, para el exportador Colombiano”. Promoción de turismo, inversión y exportaciones.

7. DISEÑO METODOLÓGICO

7.1 Tipo de investigación

Se establecen como tipos de investigación, los estudios de carácter exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativo¹⁷, el estudio a realizarse será de carácter descriptivo el cual busca especificar las propiedades, las características y los aspectos importantes del fenómeno que se somete a análisis, así como vislumbrar las relaciones de los componentes involucrados en la investigación¹⁸.

7.2 Fuentes

7.2.1 Fuente primaria

- ✓ Reunión con la junta directiva, de la organización Confecciones Di'Mafer Fashion.

- ✓ Observación de los diferentes procesos, generados en la organización.

- ✓ Entrevista con asesores comerciales de las entidades: Cámara De Comercio de Bucaramanga, Proexport, Inexmoda y Zeiky.

- ✓ Asistencia a eventos de formación teórico-prácticos, especializados en comercio exterior.

¹⁷ GÓMEZ, Marcelo. Introducción a la metodología de la investigación científica. Argentina. Editorial Brujas, 2006. P 64.

¹⁸ Ibid.,p.66.

7.2.2 Fuentes secundarias

- ✓ Libros, artículos y material de investigación, que permita conocer la estructura del diseño de un plan exportador.
- ✓ Revistas, presentaciones e informes, acerca del comercio exterior, su desarrollo en Colombia y el sector de análisis.
- ✓ Informes estadísticos, presentados por entidades como el Ministerio De Comercio, Industria y Turismo.
- ✓ Estudios de mercadeo, realizados por organizaciones especializadas como Legiscomex e Inexmoda.
- ✓ Análisis sectoriales, brindados por entidades como MAPFRE Crediseguro S.A, y la cámara de usuarios de zonas francas de la ANDI.
- ✓ Planes de mercadeo, realizados para empresas pertenecientes al sector.
- ✓ Investigaciones previas, con similitud de características.
- ✓ Normatividad para bases bibliográficas.

8. ACTIVIDADES A DESARROLLAR

- ✓ Selección de información, mediante consultas a las fuentes primarias y secundarias.
- ✓ Análisis de la información necesaria para la elaboración del plan exportador.
- ✓ Análisis de la capacidad de exportación de la organización, mediante recopilación de información administrativa y financiera actual.
- ✓ Identificación de las principales debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de la organización Confecciones Di'Mafer Fashion.
- ✓ Identificación de la subpartida arancelaria, de los productos a exportar.
- ✓ Preselección de los mercados potenciales, aptos para realizar el plan de exportación.
- ✓ Evaluación de condiciones de acceso requeridas, oportunidades y tendencias de los mercados potenciales.
- ✓ Selección del mercado objetivo, alternativo y contingente.

- ✓ Análisis del mercado objetivo, para la exportación de las prendas de la organización.

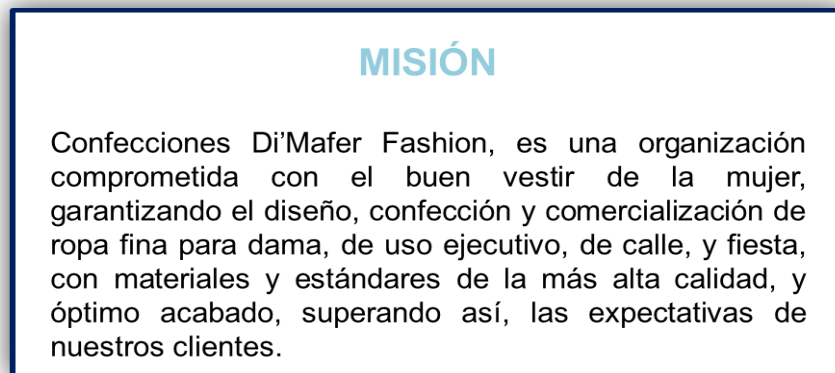
- ✓ Diseño del plan exportador, para la empresa Confecciones Di'Mafer Fashion.

9. DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA

9.1 Planeación estratégica

9.1.1 Misión

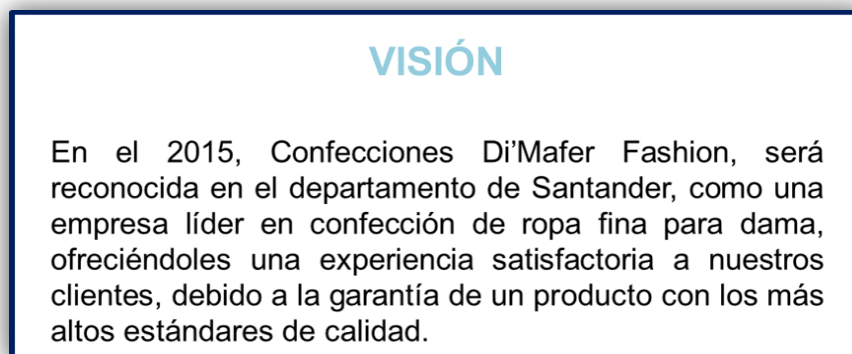
Figura 5. Misión. Misión, Confecciones Di' Mafer Fashion.



Fuente: autoría propia.

9.1.2 Visión

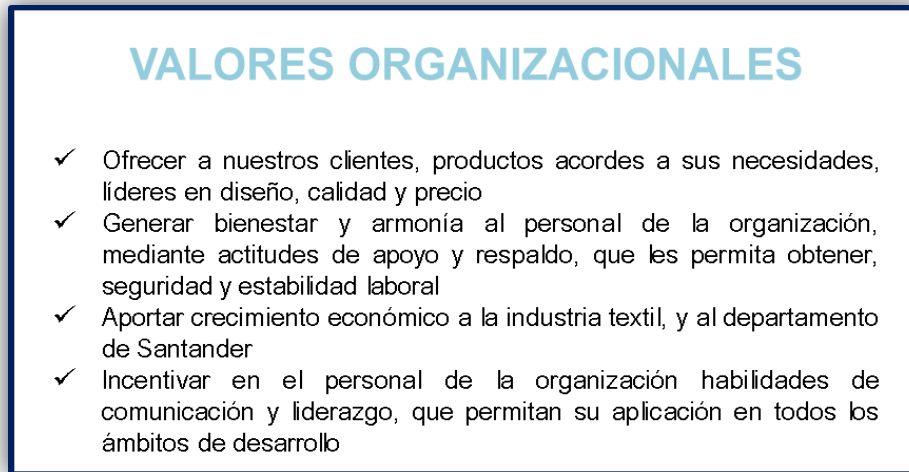
Figura 6. Visión. Visión, Confecciones Di' Mafer Fashion.



Fuente: autoría propia

9.1.3 Valores organizacionales

Figura 7. Valores organizacionales. Valores organizacionales, Confecciones Di' Mafer Fashion.



Fuente: autoría propia.

9.2 Recurso humano y cultura organizacional

9.2.1 Perfil del recurso humano.

Para la determinación, del perfil del recurso humano, de la organización, se elaboró, una descripción de cargos, basándose en el proceso administrativo, y productivo de la empresa.

Describiendo así, el perfil, habilidades y funciones de cada uno de ellos, siendo el perfil, los estudios y experiencia requerida, las habilidades, las diferentes características que debe tener la persona que desarrolle el cargo, y funciones, las acciones que debe desarrollar en la organización.

Tabla 4.Descripción de cargos

CARGO	PERFIL	HABILIDADES	FUNCIONES
GERENTE GENERAL	<ul style="list-style-type: none"> -Título de pregrado en ingeniería industrial, administración de empresas, finanzas y/o carreras afines a estas - Experiencia en cargos similares en el sector textil confecciones 	<ul style="list-style-type: none"> -Administración del tiempo - Liderazgo - Comunicación efectiva - Capacidad toma de decisiones - Actitud de trabajo en equipo - Facilidad para manejo de recursos 	<ul style="list-style-type: none"> -Velar por el bienestar del personal de la empresa - Controlar el cumplimiento del reglamento interno de la organización - Establecer metas y objetivos claros para la empresa - Generar alianzas en pro del crecimiento de la organización - Mantenerse actualizado acerca de la evolución del sector - Velar por el cumplimiento de los requisitos legales de la empresa - Ejercer como representante legal de la organización ante diferentes entidades.
CONTADOR	<ul style="list-style-type: none"> -Título de pregrado en contaduría pública - Experiencia mínima de dos años en el desarrollo del cargo. 	<ul style="list-style-type: none"> -Administración adecuada de recursos – Responsabilidad - Agilidad - Actitud de trabajo en equipo - Honestidad - Capacidad de solución de dificultades 	<ul style="list-style-type: none"> -Manejo integral del área contable - Elaboración de estados financieros actualizados - Manejo de inventarios de la organización - Elaboración de presupuestos precisos - Realización de los trámites exigidos para la organización ante las entidades gubernamentales - Velar por el cumplimiento a cabalidad de todos los requerimientos legales de la empresa
DISEÑADOR	<ul style="list-style-type: none"> -Estudios en diseño y desarrollo de modas - Experiencia mínima de dos años en el desarrollo del cargo orientado a prendas del mercado femenino. 	<ul style="list-style-type: none"> Creatividad - Actitud de trabajo en equipo - Liderazgo - Comunicación oral adecuada - Aptitudes para el dibujo -Responsabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> -Diseño de colecciones requeridas por la organización - Presentación de diseños ante el equipo de trabajo - Acompañamiento a los operarios de corte y confección en la elaboración de la pre muestra y muestra - Acompañamiento en los procesos de compra de materiales
OPERARIO DE CORTE	<ul style="list-style-type: none"> -Estudios en trazo, corte y confección de prendas femeninas 	<ul style="list-style-type: none"> Actitud de trabajo en equipo - Responsabilidad - Precisión - Adecuada 	<ul style="list-style-type: none"> -Patronaje y escalado de las diferentes prendas - separación de las piezas de una forma detallada y ordenada - Manejo de los sobrantes de materiales

	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia mínima de dos años en el desarrollo del cargo en organizaciones afines. 	<p>comunicación oral</p> <ul style="list-style-type: none"> - Agilidad en su trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> - Brindar indicaciones necesarias a los operarios de ensamble, bordado y plancha sobre las diferentes propiedades de las telas
OPERARIO DE ENSAMBLE	<ul style="list-style-type: none"> - Estudios en confección de prendas femeninas - Experiencia mínima de dos años en el desarrollo del cargo en organizaciones afines. 	<p>Actitud de trabajo en equipo - Precisión - Adecuada comunicación oral - Agilidad en su trabajo - Orden y responsabilidad en el manejo de los diferentes materiales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ensamble de las diferentes prendas dadas por el operario de corte - Examinación detallada del comportamiento de los materiales - Presentación de inquietudes o dificultades presentadas al equipo de trabajo durante el proceso de ensamble
OPERARIO DE BORDADO	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad para decoración de prendas femeninas, especialmente bordados a máquina y a mano - Experiencia mínima de un año en cargos afines al solicitado 	<p>Actitud de trabajo en equipo - Creatividad</p> <ul style="list-style-type: none"> - Adecuada comunicación oral - Responsabilidad - Disciplina en sus diferentes labores 	<p>Realización de bordados o decoraciones similares a las prendas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Precaución con el estado de las mismas
OPERARIO DE PLANCHA	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad para planchar prendas adecuadamente, conocimiento acerca de los insumos y materiales regularmente usados - Experiencia mínima de un año en el desarrollo del cargo solicitado 	<p>Actitud de trabajo en equipo - Responsabilidad - Precisión - Agilidad - Compromiso con sus labores</p>	<p>Realizar el proceso de planchado a las diferentes prendas adecuadamente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Uso de los productos necesarios para velar por el estado correcto de las prendas - Examinación del estado final de las prendas, así como su presentación y cumplimiento con los requisitos exigidos por la organización

9.2.2 Selección y contratación del personal.

La selección y contratación del personal de la organización, se realiza informando en diferentes medios de comunicación, sus convocatorias vigentes, como son el periódico líder de la ciudad, y diferentes emisoras de radio.

Continuo a esto se realiza una preselección de tres personas aptas para el cargo, según su perfil, habilidades, para la realización de una entrevista con el gerente general, quien basado en su experiencia y conocimiento elige a la persona apta para ocupar el puesto de trabajo, realizando a su vez todas las indicaciones iniciales necesarias y orientado al nuevo empleado de la organización, para su óptimo acoplamiento y rendimiento.

9.2.2.1 Criterios de selección del personal

Los criterios que se tienen en cuenta a la hora de una selección para un cargo específico, se dividen en el perfil de la persona presentada, habilidades, y experiencia de la misma, siendo así repartido un porcentaje del 100%, con una representación del 33% para cada uno de los ítems evaluados.

Seguido a esta evaluación se presenta una evaluación práctica para los cargos operativos, como diseñador, operario de corte, operario de ensamble y operario de plancha, la cual es orientada por el personal vigente de la organización.

9.2.2.2 Contratación del personal

Actualmente la organización cuenta con 20 empleados, de los cuales 4 se establecen como empleados directos y 16 como empleados indirectos.

Siendo los empleados directos remunerados con un salario fijo, el cual cuenta con su respectiva afiliación a todos los recursos legales, como son EPS, ARP, pensión y parafiscales, los cuales brindan una estabilidad laboral a sus empleados.

Así mismo los empleados indirectos en su mayoría operarios de ensamble, son remunerados por la cantidad de labores que realicen para la organización, actividades que se incrementan significativamente en periodos de temporada.

Siendo la forma de trabajo satélite, la más común para los operarios de ensamble, se considera como la convocatoria de mayor vigencia para la empresa la de operario de ensamble directo, debido a su demanda alta en el sector textil confecciones, en la región y su oferta limitada.

9.2.3 Planeación

La planeación realizada en la empresa, es enfocada en diferentes términos de volúmenes de producción, en los datos obtenidos de las ventas históricas del año anterior, comportamientos específicos del sector para algunos periodos de tiempo, como ciertas temporadas en las que se esperan mejores comportamientos del mercado, o mayor poder adquisitivo del comprador, y diferentes pedidos realizados por los clientes de otras ciudades, entre otros.

Igualmente la planeación en el área de diseño es basada en las tendencias y cambios del sector de la moda, a nivel nacional e internacional, los cuales permiten generar prendas innovadoras que contribuyen al valor agregado de la organización.

Este proceso es guiado principalmente por la diseñadora acompañada del gerente general, y de los responsables directos del proceso de ventas de la empresa.

A partir del cual se origina la planeación en otros ámbitos y procesos de la organización, como son el proceso de compra, procesos productivos y proceso de distribución y entrega.

9.2.4 Responsabilidad

La responsabilidad a nivel general recae en el gerente de la organización, al cual los representantes de cada proceso, deben consultar cambios o modificaciones en sus áreas, que no sean de carácter básico.

Así mismo, cada persona representante de un departamento es responsable del mismo, y tiene la autoridad necesaria para realizar modificaciones que no afecten en gran medida su funcionamiento, y que no deban ser consultadas con el gerente general de la organización.

En términos de calidad del producto y del servicio, cada uno de los integrantes de la organización es responsable de velar por el cumplimiento de los estándares de calidad requeridos, y aportar en gran medida a su mejoramiento continuo.

9.3 Área de producción

9.3.1 Materias primas

Las materias primas necesarias para el correcto funcionamiento de la organización, se encuentran divididas en grupos que facilitan su adquisición, los cuales, están compuestos por insumos, que se diferencian en su mayoría, por atributos, como, color, estilo, adaptación y calidad.

Tabla 5. Materias primas

MATERIA PRIMA	PROVEEDOR	MATERIA PRIMA	PROVEEDOR
Telas	Texdoral, Geomundo, Texeli, Bogotana de textiles, La Fayette	Botones	Metroadornos, Cacharrería la Fe, Cacharrería Casa Blanca
Hilazas	Metroadornos, Cacharrería la Fe, Cacharrería Casa Blanca	Cierres	Metroadornos, Cacharrería la Fe, Cacharrería Casa Blanca
Hilos	Metroadornos, Cacharrería la Fe, Cacharrería Casa Blanca	Accesorios para decoración	Cacharrería Bombay, Cacharrería Milherraes

9.3.2 Inventarios

La organización, controla y evalúa su inventario de materia prima, realizando un seguimiento detallado, a insumos como telas, hilos e hilazas, y accesorios, mediante la elaboración de informes, que se desarrollan registrando datos de importancia para la empresa como son, cantidad, composición, referencia y proveedor responsable.

Colaborando así, con las necesidades futuras de los mismos, como controles de calidad, y conocimiento del material disponible, en el momento de la llegada de alguna orden de pedido, y de diseños nuevos a elaborar.

Figura 8. Inventario materia prima. Inventario materia prima, Confecciones Di' Mafer Fashion.

 Inventario Materia prima CONFECCIONES DI'MAFER FASHION							
Nombre	Referencia	Descripción	Cantidad	Precio	Proveedor	Fecha Llegada	No. Factura

Fuente: autoría propia.

Igualmente el inventario de productos terminados, es realizado mediante, el registro de, referencia de la prenda, cantidad exhibida en el almacén, cantidad almacenada en la bodega, y cantidad a despachar para clientes mayoristas.

Figura 9. Inventario productos terminados. Inventario materia prima, Confecciones Di' Mafer Fashion.

 Inventario Productos terminados CONFECCIONES DI'MAFER FASHION							
Nombre	Referencia	Descripción	Tallas	Cantidad	Ubicación	Fecha Salida	Precio

Fuente: autoría propia.

9.3.3 Descripción proceso productivo

El proceso productivo de la organización cuenta con 5 procesos líderes como son: diseño, corte, confección, planchado y empaque, los cuales se componen de pequeños procesos de la siguiente manera:

1. Diseño:

- ✓ Revisión de tendencias
- ✓ Elaboración del diseño
- ✓ Elaboración ficha técnica
- ✓ Aprobación del diseño
- ✓ Realización premuestra
- ✓ Cambios a la premuestra
- ✓ Realización muestra
- ✓ Generación orden de corte total lote de prendas

2. Corte:

- ✓ Patronaje
- ✓ Escalado

✓ Corte

✓ Separación prendas

3. Ensamble

✓ Unión de piezas

✓ Ojalar

✓ Colocación de botones, cierres o accesorios

✓ Trabajo manual requerido

4. Planchado

✓ Plancha manual

5. Empaque

✓ Etiquetado correspondiente

✓ Empaque adecuado en bolsa

✓ Empaque adecuado en caja

9.3.4 Proveedores y compras

La labor de compras es realizada directamente por el gerente general, quien de acuerdo a los pedidos realizados por sus vendedores nacionales, y diferentes diseños aprobados junto al diseñador, adquiere los materiales que se ajustan a las características de las prendas, fijando su selección en los atributos más relevantes como son:

- ✓ Relación calidad – precio.

- ✓ Capacidad de adaptación de los insumos, a los diseños planteados con anterioridad.

- ✓ Tiempo de entrega óptimo.

- ✓ Modalidad, y plazo de pago.

- ✓ Garantía y cumplimiento.

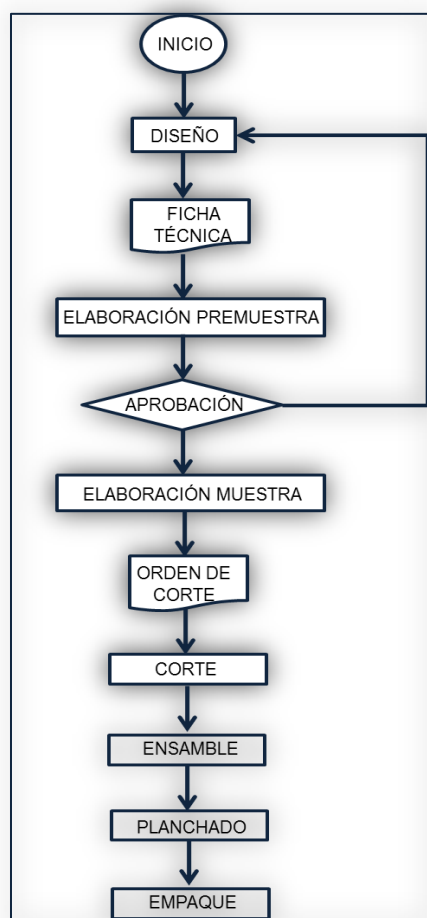
Siendo estos factores, fuentes que brindan apoyo a la organización, cumpliendo al mismo tiempo con sus expectativas y las de sus clientes.

Siendo la garantía, un aspecto fundamental a la hora de adquisición de material, principalmente en los proveedores de telas, la cual en su mayoría corresponde a

devoluciones en los primeros cuatro días, en caso de que se presente una inconformidad que pueda afectar el desarrollo y estado del producto final, situación que no se ha presentado en forma significativas a lo largo del funcionamiento de la organización.

9.3.5 Flujograma

Figura 10. Flujograma. Flujograma, Confecciones Di' Mafer Fashion.



Fuente: autoría propia.

9.3.6 Distribución de planta

La organización, se encuentra actualmente ubicada, en la ciudad de Bucaramanga, en la Cra 32 a. No. 18 – 22, en el Barrio San Alonso, lugar, donde se han desempeñado, todas las labores, desde el inicio de la organización, a pesar de que no es, un bien de la empresa, se tiene un contrato vigente y a largo plazo, con su propietario, el cual, permite que la organización, realice con previa autorización, cambios que requiera, para su proceso administrativo, productivo, y de comercialización.

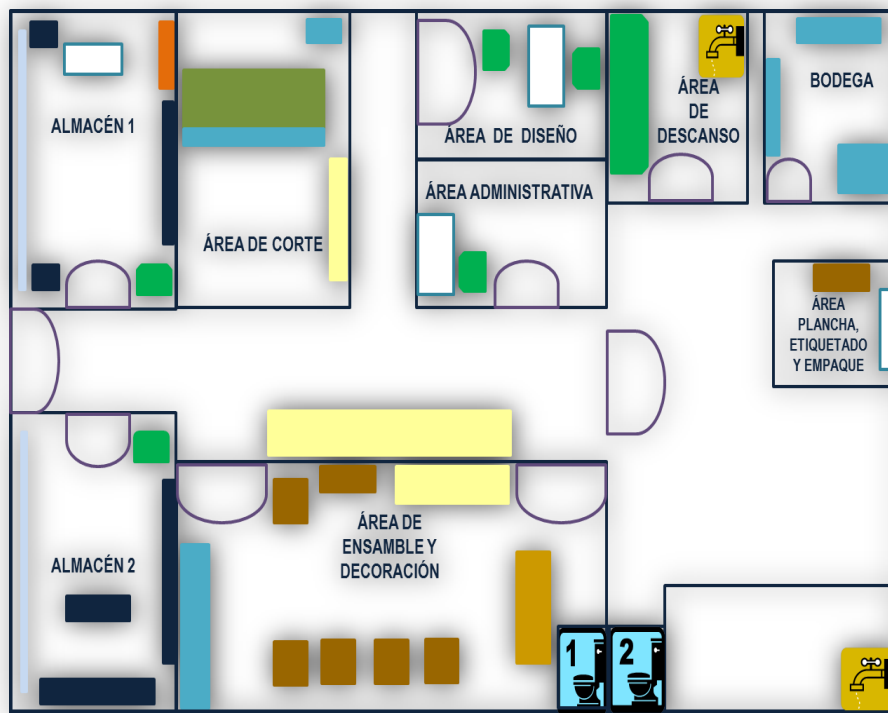
Actualmente, se cuenta con una distribución de planta adecuada, en la cual, cada uno de los espacios está delimitado, para el cumplimiento de sus funciones, igualmente, cumplen con los requerimientos de seguridad establecidos, y con los servicios públicos necesarios.

En el área administrativa, se encuentran los equipos y herramientas necesarias para el desarrollo de las labores.

En el área de producción, se encuentran las maquinarias e insumos necesarios; en el área de corte, se realizan las funciones de escalado, y corte, para trasladar posteriormente, el material, al área de ensamble, donde el personal, debe trasladarse, a cada una de las máquinas que necesite, para cumplir su labor.

Contando así, con una distribución de planta por proceso, en el cual están identificados cada uno de los espacios, correspondientes a las actividades a realizar.

Figura 11. Distribución de planta. Distribución de planta, Confecciones Di' Mafer Fashion.



	Muebles con productos terminados
	Vitrinas
	Muebles
	Vestíer
	Zona de almacenamiento productos semi-terminados
	Mesón de corte
	Zona de almacenamiento materia prima
	Maquinaria
	Zona de decoración

Fuente: autoría propia.

9.3.7 Capacidad de producción

La capacidad de producción utilizada de la empresa, abarca actualmente aproximadamente el 70%, de su producción total.

Debido a que la organización, cuenta con máquinas en su fábrica, que no están en uso, las cuales pueden ocuparse si se presenta necesario, al igual que otros contactos de operarios con forma de trabajo satélite, que han laborado junto a la empresa, y de algunos microempresarios con organizaciones afines a la misma, que han brindado colaboración y apoyo en momentos de alta demanda para la empresa.

9.3.8 Flexibilidad

La flexibilidad presente en la organización es alta, debido a la variedad de productos presentados en su portafolio, la variedad de materias primas utilizadas en los diferentes diseños, y su alto nivel de experiencia en el manejo de las mismas.

En términos de materias primas, la empresa utiliza telas con diferentes composiciones, como son, algodón, siendo este el de mayor uso en la organización, nylon, poliéster y rayón, al igual que mezclas entre ellos, que aumentan la variedad de sus productos.

Simultáneamente, sus prendas son algunas veces complementadas con diferentes procesos, que modifican su aspecto para un mejor acabado como son, lavado, suavizado, y teñido entre otros, los cuales se ajustan a las necesidades del cliente y permiten un acercamiento mayor a los requerimientos de acabado final que se presentan.

En cuanto a la variedad de productos fabricados por la empresa, se encuentra que además de sus productos comúnmente confeccionados y comercializados se presentan otras modalidades como son, dotaciones de prendas administrativas,

dotaciones de prendas industriales y diferentes productos para las organizaciones como, trajes típicos, trajes deportivos, productos específicos para labores de enfermería, asistencia a un evento, entre otros.

9.3.9 Maquinaria

La maquinaria correspondiente a la organización está integrada por:

- ✓ 3 Máquinas de coser planas: 2 Máquinas Singer, 1 Máquina Pfaff

- ✓ 2 Máquinas fileteadoras Hauser

- ✓ 1 Bordadora 20u

- ✓ 1 Cortadora circular

- ✓ 1 Plancha caldera

9.3.10 Control de calidad

El proceso de control de calidad en la organización, se realiza mediante diferentes actividades:

- ✓ Revisión de la materia prima adquirida, comprobación de cumplimiento con las características brindadas por los proveedores y comprobación de su estado.

- ✓ Revisión del comportamiento de los materiales usados, mediante el análisis de la premuestra, así como la revisión a su vez del diseño y su funcionalidad y la formulación de cambios y correcciones para la elaboración de la muestra.

- ✓ Revisión de la muestra, formulación de correcciones, y revisión nuevamente de la materia prima utilizada.

- ✓ El personal encargado de corte, ensamble, decoración, planchado y empaque, cuentan con espacios para la revisión continua de la calidad del producto, al igual que la presentación de los resultados de sus análisis.

En conjunto con estas actividades cabe resaltar que sus materias primas son adquiridas mediante proveedores con los que se ha trabajado por varios años, en su totalidad representantes de empresas de origen nacional, y con un respaldo amplio de la calidad de sus productos, y respaldo para sus clientes.


9.4 Mercadeo y ventas

9.4.1 Portafolio de productos

El portafolio de Confecciones Di'Mafer Fashion, está compuesto, por 7 líneas de productos, como son:

1. Pantalón:

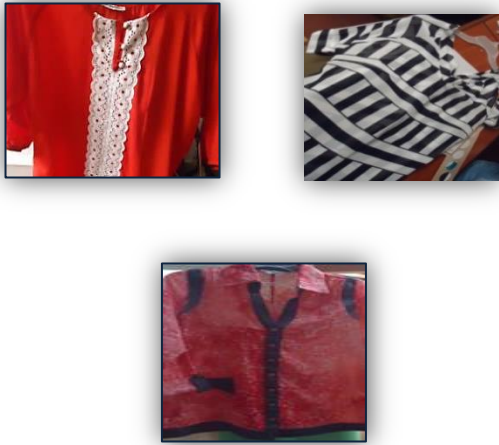
Figura 12. Pantalón. Portafolio de productos, pantalón.

✓ Pantalón:	- Clásico -Dril	
	<ul style="list-style-type: none"> -Elaborado en telas, Súpervertigo, Lino olan, Dril, entre otras. -Pretina para correas estándar. -Botones y cierre, (Dependiendo del diseño de cada referencia). -Medida de la bota ancha o recta -Dependiendo de la tela usada, forrados en Velino o Turín. -Disponible en tallas, 6 a 16. -Disponible en colores: Azul, Blanco, Beige, Café, Rojo, Verde, y Negro. 	

.Fuente: autoría propia.

2. Camisa:


Figura 13. Camisa. Portafolio de productos, camisa.

✓ Camisa:	- Manga larga -Manga corta	
	<ul style="list-style-type: none"> -Elaborada en telas como, Velo, Velino, Lino, Chambray, Chalis, Organza, Acetato, Viscosa, entre otras. -Manga larga o corta -Botones o cierres, (Según el diseño de cada referencia) - Disponible en tallas, 6 a 16. -Disponible en telas unicolor y estampadas 	

Fuente: autoría propia.

3. Falda:

Figura 14. Falda. Portafolio de productos, falda.

✓ Falda:	- Larga - Corta	
	-Elaborada en telas como, Dril, Satín, Lino olan, Chambray entre otras. -Altura corta o larga según cada referencia -Disponible en tallas, 6 a 16. -Disponible en telas unicolor y estampadas	

.Fuente: autoría propia.

4. Vestido:


Figura 15. Vestido. Portafolio de productos, vestido.

✓ Vestido:	- Largo -Corto	
	-Elaborado en telas como, Dril, Chambray, Satín, Velo, Lino olan, Seda, entre otros. -Manga larga o corta, (Según el diseño de cada referencia) -Disponible en tallas, 6 a 16 -Disponible en telas unicolor y estampadas	

Fuente: autoría propia.

5. Conjunto:



Figura 16. Conjunto. Portafolio de productos, conjunto.

✓ Conjunto:	<ul style="list-style-type: none">-Camisa y pantalón largo- Camisa y falda- Camisa y pantalón corto	
	<ul style="list-style-type: none">-Elaborados en telas como, Dril, Lino olan y Velos entre otras.-Pantalón o falda forrados en caso de ser necesario.-Disponible en tallas, 6 a 16-Disponible en telas unicolor y estampadas	

Fuente: autoría propia.

6. Blusa:

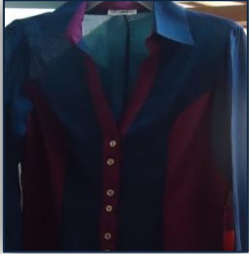
Figura 17. Blusa. Portafolio de productos, blusa.

✓ Blusa		
<ul style="list-style-type: none">-Elaborada en telas como, Satín, Velo, Dril, Lino olan, Velinos, Acetatos, Popelina licrada, entre otras.-Disponible en tallas, 6 a 16-Disponible en telas unicolor y estampadas		

Fuente: autoría propia.

7. Chaqueta:

Figura18. Chaqueta. Portafolio de productos, chaqueta.

✓ Chaqueta	
<ul style="list-style-type: none">-Elaborada en telas como, Súpervertigo, Lino olan, Dril entre otras.-Botones o cierres, (Según el diseño requerido)-Semiforradas o forradas-Disponible en tallas, 6 a 16-Disponible en telas unicolor y estampadas	

Fuente: autoría propia.

9.4.2 Investigación y desarrollo

Las actividades de investigación y desarrollo de la organización, son llevadas a cabo mediante la información recopilada de algunas fuentes primordiales en el sector, realizando actividades como asesoramiento directo de proveedores de las principales materias primas para la empresa, asistencia a eventos realizados por el sector a nivel nacional como Colombiamoda, y otros eventos realizados por el sector a nivel regional como Santander Fashion Week, así como asesorías brindadas por la cámara de comercio y otras entidades al servicio de las empresas del sector textil de la región.

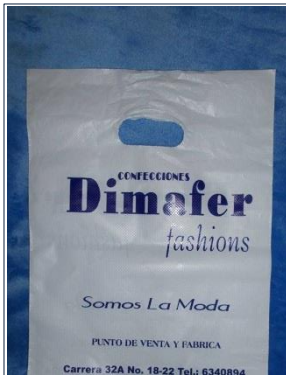
A su vez se realizan diferentes investigaciones por los principales medios de comunicación, lo que permite conocer las tendencias de la temporada y sus correctos desarrollos, garantizándole a la organización un adecuado diseño de las colecciones próximas y una adecuada interpretación y desarrollo de las mismas.

9.4.3 Empaque

El empaque para las prendas de vestir, está compuesto de la siguiente manera:

✓ **Bolsa plástica:**

Transparente para mayor visibilidad de las prendas, y exterior con el respectivo logotipo de la organización.



✓ **Gancho plástico:**

Según requerimiento.



✓ **Caja de cartón:**

Sellada y protegida. Dimensiones, 70 cm de ancho x 50 cm de altura.

9.4.4 Servicio al cliente

El servicio al cliente es una característica fundamental para el desarrollo adecuado de la organización, por lo que se cuenta con la utilización de materias primas de carácter nacional, que garantizan su calidad y buen funcionamiento en las prendas, así mismo existe una garantía de 120 días a partir de la fecha de compra, la cual busca respaldar la confianza del cliente a la organización.

9.4.5 Precios

La lista de precios actual de la empresa Confecciones Di' Mafer Fashion, se encuentra dividida por cada uno de los productos, y sus diferentes referencias.

Los precios otorgados se basan en la materia prima utilizada, principalmente, en el costo de la tela, debido a que es el material principal, en la fabricación de cada una de las prendas de vestir.

Así mismo, existen costos adicionales como, utilización de forros, botones, cierres, decoración, entre otros, que incrementan el precio de las prendas de vestir.

La estrategia, de precios de la organización, es brindar un precio adecuado, a sus clientes, sin perjudicar la calidad, de sus materiales, o de su proceso de producción.

Junto a ello, se resalta, un descuento para pedidos por mayor, y pagos en efectivo, de los mismos, los cuales brindan a sus clientes mayoristas, un aumento en su margen de ganancias.

De acuerdo, a la variación de los precios, se establece que cambian, generalmente, cada año, o en situaciones poco comunes, en las cuales, sus insumos, o materias primas, aumentan el valor.

Actualmente, el producto de mayor valor, es el vestido, debido a su alto nivel de trabajo manual, su calidad, la complejidad de su elaboración, y el diseño necesario para su producción.

Tabla 3. *Lista de precios*

Lista de precios Confecciones Di'Mafer Fashion			
Producto	Referencia	Precio (Pesos colombianos)	Precio (Dólares)
✓ Pantalón	- Clásico	\$ 60.000	26.31 USD
	-Dril	\$ 70.000	30.69 USD
✓ Camisa	- Manga larga	\$ 65.000	28.50 USD
	-Manga corta	\$ 55.000	24.11 USD
✓ Falda	- Larga	\$ 60.000	26.31 USD
	- Corta	\$ 45.000	19.73 USD
✓ Vestido	- Largo	\$ 250.000	109.60 USD
	-Corto	\$ 160.000	70.15 USD
✓ Conjunto	-Camisa y pantalón largo	\$ 110.000	48.23 USD
	- Camisa y falda	\$ 100.000	43.84 USD

	- Camisa y pantalón corto	\$ 110.000	48.23 USD
✓ Blusa		\$ 50.000	21.92 USD
✓ Chaqueta		\$ 110.000	48.23 USD

10. MERCADO OBJETIVO

10.1 Canales de distribución

Actualmente, la organización, cuenta con un canal de distribución directo, en el cual comercializa, sus productos, mediante un local acondicionado, en las mismas instalaciones del área administrativa, y del área de producción.

Y un canal de distribución indirecto, corto, en el cual sus ventas son realizadas, mediante la colaboración, de dos vendedores nacionales, los cuales se trasladan, a diferentes ciudades, estratégicas, con un muestrario, de la colección siguiente de la organización, y los diferentes clientes, mayoristas, realizan sus pedidos, con un determinado plazo de entrega, y condiciones de pago.

10.2 Clientes principales

Los clientes principales de la organización están conformados por los clientes del punto de venta, las entidades públicas y privadas que contratan sus servicios, y los clientes mayoristas nacionales a los cuales tienen acceso los vendedores de la empresa.

Entre las entidades que han contratado los servicios de la organización se encuentran: SENA (Servicio Nacional De Aprendizaje), Comultrasan, Ejercito Nacional, entre otras, así como entidades pertenecientes a otros sectores como, sectores educativos, sectores de construcción, y sectores farmacéuticos.

Así mismo, se cuenta con diferentes clientes mayoristas nacionales en la actualidad, como se encuentra a continuación:

Tabla 4. *Cientes mayoristas*

Nombre	Ubicación	Forma de pago	Frecuencia de compra
Claudia Rolán	Barrancabermeja	Contado, (15% de descuento)	Cada 6 meses
Ma. Del Carmen Ruiz	Barrancabermeja	Contado, (15% de descuento)	Cada 12 meses
Gladys Victoria	Barranquilla	30 Días	Cada 6 meses
Katherine Bub	Barranquilla	30 Días	Cada 6 meses
Libia Baldott	Barranquilla	Contado, (15% de descuento)	Cada 12 meses
Imelda Trujillo	Cerete	30 Días	Cada 6 meses
Rosalbina Urbina	Fonseca	30 Días	Cada 6 meses
Ma. Helena Canagua	Magdalena	Contado, (15% de descuento)	Cada 6 meses
Rebeca Rúgeles	Montería	30 Días	Cada 12 meses
Hortensia Mozo	Sta. Marta	Contado, (15% de descuento)	Cada 6 meses
Elizabeth Grueso	Valledupar	30 Días	Cada 6 meses
Yolanda Sierra	Yopal	30 Días	Cada 6 meses
Camila Ramírez	Yopal	30 Días	Cada 6 meses

10.3 Estacionalidad de las ventas

Durante los meses de Febrero, Marzo, Abril, y Junio, las ventas se disminuyen en comparación a otros meses del año, igualmente se observa un crecimiento considerable, en el año 2012, lo que corresponde en gran medida, al aumento de realización de dotaciones empresariales en este año, que permitió, el incremento en el nivel de ingresos de la organización.

Igualmente, se observa, una disminución significativa, en las ventas totales del año 2013, en comparación, a la cifra obtenida, para el año 2012.

Se concluye, que actualmente, las ventas realizadas al por menor, en la ciudad, están disminuyendo, considerablemente, en comparación, a otros años, evaluados. (*Ver Anexo D*)

10.4 Publicidad

La publicidad realizada por la empresa abarca actualmente, el patrocinio en diferentes actividades relacionadas con el sector textil - confecciones, como desfiles y eventos de entidades de la región, al igual que la elaboración y repartición de volantes periódicamente, con el fin de dar a conocer sus productos.

A su vez la organización cuenta con el establecimiento de tarjetas de presentación, etiquetas en cada una de sus prendas, las cuales incluyen su razón social, dirección y

teléfono, al igual que los cuidados necesarios que se deben aplicar para mantenerlas en un buen estado.

En un futuro la empresa desea participar en una cantidad mayor de eventos, y realizar mayores patrocinios que la involucren de una manera directa con clientes potenciales y logren aumentar su participación en el sector.

10.5 Matriz DOFA

Mediante, la elaboración de la matriz DOFA, se obtuvieron, diferentes grupos de estrategias, planteadas para la situación de la empresa, las cuales serán de gran ayuda, para la delimitación de sus acciones, y alcance de sus objetivos.

Las estrategias (fo), se centraron principalmente, en el comercio internacional, la instauración de el en la organización, y el tomar como guía, el comercio regional, que se ha estado practicando, durante algunos años.

Las estrategias (do), se focalizaron, en la búsqueda de información relevante, para la organización, y el direccionamiento, hacia el interés por las entidades especializadas en el sector, y las empresas líderes del mismo.

Las estrategias (fa), se basan en el aumento, de innovación, especialmente en el diseño de las prendas, así como el fortalecimiento del trabajo manual, convirtiéndolo, en una característica de valor agregado para las prendas, al mismo tiempo, que se busca, el velar por la aplicación y aumento de calidad, en la organización.

Las estrategias (da), están compuestas, por la búsqueda de canales de distribución, el logro de desarrollo de las prendas con insumos de carácter nacional, y la búsqueda de liderazgo, en el mercado, mediante la actualización, e innovación.

Tabla 5. *Matriz DOFA*

	FORTALEZAS(F)	DEBILIDADES(D)
	1. Larga duración en el mercado	1. Ausencia de uso adecuado de tecnología especializada
	2. Innovación en diseño	2. Ausencia de participación en eventos comerciales
	3. Mano de obra especializada	
	4. Procesos de producción adecuados	3. Pocos canales de distribución
	5. Productos de calidad	4. Ausencia de certificaciones de calidad
	6. Valor agregado mediante trabajos manuales	5. Ausencia de alianzas comerciales estratégicas, para el desarrollo futuro de la organización
	6. Venta a nivel nacional	
OPORTUNIDADES(O)	ESTRATEGIAS(FO)	ESTRATEGIAS(DO)
1. Diferentes empresas del sector se encuentran exportando actualmente	1. Incursionar en el ámbito de la exportación	1. Realizar alianzas estratégicas con las empresas exportadoras, mediante las cuales se busque conocer información avanzada para la organización
2. Los clientes muestran preferencia ante la calidad del producto	2. Fusionar como distintivos de la organización la calidad y el diseño	2. Mantenerse informado acerca de los beneficios que brindan las entidades de apoyo y participar de ellos

3.Diferentes TLC concretados con otros países	3.Realizar capacitaciones que aumenten la capacidad laboral del personal de la organización	3.Aprovechamiento de los TLC concretados para el aumento de los canales de distribución de la empresa
4.Liderazgo de Colombia como país exportador	4. Usar como guía el proceso de venta nacional para el pronóstico de ventas internacionales	4. Adquisición de información acerca de las normas de calidad pertinentes para las empresas del sector textil-confecciones
5.Aumento de apoyo hacia las empresas manufactureras por entidades gubernamentales		5.Consolidación de alianzas con empresas del sector y entidades gubernamentales
AMENAZAS(A)	ESTRATEGIAS(FA)	ESTRATEGIAS(DA)
1. Entrada de productos internacionales al mercado colombiano	1.Aumento del nivel de especialización del personal de la organización, buscando hacer de este una insignia de la misma	1. Aumento de los canales de distribución de la organización, iniciando por la región de funcionamiento actual
2. Productos internacionales con precios inferiores	2. Exponer la importancia de la calidad como atributo principal de los productos a los diferentes clientes de la organización	2.Uso de materiales de carácter nacional, que contribuyan al desarrollo de la región y el país
3.Aumento de empresas enfocadas en el mercado objetivo de la organización	3.Implementación de trabajos manuales innovadores que diferencien cada uno de los productos	3.Lograr liderazgo y diferenciación en el mercado objetivo mediante el uso de tendencias y patrones actuales
4.Aumento de niveles de exigencia de clientes en términos de diseño	4.Aumento de los niveles de diseño mediante capacitaciones y uso de herramientas tecnológicas actuales	4. Búsqueda de integración con todos los componentes de la industria textil-confecciones

11. PRODUCTOS

La organización, cuenta actualmente, con una línea de 7 productos, correspondientes a prendas de vestir femeninas, actualmente, se desea iniciar en el comercio internacional, con la instauración, de un producto, que cumpla con todos los parámetros requeridos, y que sobresalga, ante los demás productos de la organización, para que posteriormente sea una guía, en las futuras exportaciones a realizarse.

11.1 Descripción general de productos

Tabla 6. Descripción general de productos

Producto	Referencia	Precio (Pesos Colombianos)	Precio (Dólares, Apróx.)	Código Arancelario	Designación de mercancías
Pantalón	- Clásico	\$ 60.000	29.79	6104.62	- Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y shorts
	-Dril	\$ 70.000	34.76		
Camisa	- Manga larga	\$ 65.000	32.27	6106	Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, para mujeres o niñas
	-Manga corta	\$ 55.000	27.31		
Falda	- Larga	\$ 60.000	29.79	6104.52	Faldas y Faldas pantalón
	- Corta	\$ 45.000	22.34		
Vestido	- Largo	\$ 250.000	124.13	6104.42	Vestidos.-De algodón
	-Corto	\$ 160.000	79.44		
Conjunto	-Camisa y pantalón largo	\$ 110.000	54.62	6104.22	Conjuntos. -De algodón
	- Camisa y falda	\$ 100.000	49.65		
	- Camisa y pantalón corto	\$ 110.000	54.62		
Blusa		\$ 50.000	24.83	6206	Camisas, blusas y blusas camiseras, para mujeres o niñas.
Chaqueta		\$ 110.000	54.62	6104.32	Chaquetas algodón

12. SELECCIÓN DEL PRODUCTO

Mediante la elaboración de una matriz, contenida por aspectos fundamentales de los productos como, referencia, nivel de demanda nacional, apoyada en los datos históricos de la empresa, demanda internacional, obtenida mediante informes elaborados por Proexport (Promoción de turismo, inversión y exportaciones), nivel de diseño, precio, flexibilidad, y tiempo de producción, se encontraron como productos candidatos, camisa manga corta, vestido corto y blusa.

Los cuales fueron analizados en cada uno de los factores pertinentes, dejando como primer lugar para la realización de la exportación el producto: blusas, seguido por las camisas manga corta, y el vestido corto, respectivamente, como se muestra a continuación:

Tabla 7. Selección del producto

Producto	Referencia	Demanda Actual	Cantidad exportaciones desde Colombia	Diseño	Precio	Flexibilidad	Tiempo de producción
Pantalón:	- Clásico	Media	Media	Estándar	\$ 60.000	1	Estándar
	-Dril	Alta		Medio	\$ 70.000	3	Medio
Camisa:	- Manga larga	Media	Alta	Alto	\$ 65.000	3	Alto
	-Manga corta	Alta		Alto	\$ 55.000	4	Medio
Falda:	- Larga	Baja	Baja	Medio	\$ 60.000	3	Medio
	- Corta	Baja		Medio	\$ 45.000	3	Medio
Vestido:	- Largo	Media	Alta	Alto	\$ 250.000	4	Alto
	-Corto	Alta		Medio	\$ 160.000	4	Medio

Conjunto:	-Camisa y pantalón largo	Media	Media	Alto	\$ 110.000	4	Alto
	- Camisa y falda	Baja		Alto	\$ 100.000	3	Alto
	- Camisa y pantalón corto	Baja		Alto	\$ 110.000	3	Alto
Blusa		Alta	Alta	Alto	\$ 50.000	5	Medio
Chaqueta		Baja	Baja	Medio	\$ 110.000	3	Alto

12.1 Partida arancelaria producto seleccionado

Según, la dirección de impuestos y aduanas nacionales, mediante el servicio, consultas de arancel, la partida arancelaria correspondiente, al producto seleccionado, es la siguiente:

6106.10.00.00: Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto
Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, para mujeres o niñas.
- De algodón.

12.1.1 Ficha técnica

Tabla 8. Ficha técnica

FICHA TÉCNICA PRODUCTO A EXPORTAR	
✓ Nombre del producto	Blusas, en diferentes estilos
✓ Disponibilidad tallas	Tallas desde la 6 hasta la 16

✓ Posición arancelaria	610610
✓ Descripción	Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, de algodón, para mujeres o niñas.
✓ Materia prima	Algodón 100%, telas como Satín, Velo, Dril, Lino olan, Velinos, Acetatos, Popelina licrada, entre otras
✓ Proveedores	Totalidad, origen nacional
✓ Capacidad de producción	Aproximadamente, 500 unidades mensuales
✓ Empaque	Cada una de las prendas estará con su respectiva etiqueta, y bolsa transparente, conformando la totalidad de la orden que se encontrará en una caja de cartón sellada adecuadamente, compuesta aproximadamente por 30 productos
✓ Normatividad etiqueta	La etiqueta de la organización cuenta con las pautas exigidas, por el actual reglamento técnico sobre etiquetado de confecciones

13. ESTUDIO DEL MERCADO OBJETIVO

13.1 Preselección de países

El proceso de preselección de países, se llevó acabo, mediante el análisis de cuatro etapas, consecutivas, siendo estas: Afinidad cultural, Logística, Exportaciones desde Colombia de la partida arancelaria elegida, Acuerdos comerciales, y Principales países importadores de la partida arancelaria del producto a exportar.

13.1.1 Afinidad cultural

Para el proceso de obtención de países afines al país exportador, en este caso Colombia, se establecieron parámetros que permitan, encontrar similitudes que faciliten el diseño del plan exportador, como: religión, idioma, forma de estado, y situación geográfica.

Para ello, se llevó a cabo una Ficha País, sobre el país exportador, la cual permite, conocer los parámetros de mayor relevancia, para la búsqueda de los países candidatos, y conocer así los países afines a cada categoría.

Tabla 9. Ficha País

Ficha País : Colombia	
Religión	En su mayoría Católicos (87.3%), año 2014
Idioma	Español
Forma de estado	República Presidencialista
Situación geográfica	Noroeste de Sudamérica, bordeando el Mar Caribe, entre Panamá, Venezuela, y Océano Pacífico, entre Ecuador y Panamá

Seguido a la ficha país, se elaboró una matriz que permitió conocer cada uno de los países que tenían estos parámetros de afinidad cultural en común con Colombia.

Obteniendo, así, los países, que en su mayoría son de religión católica, los países pertenecientes al idioma español, los países con forma de estado democrática, y los países más cercanos a Colombia, como se muestra, en la tabla, presentada a continuación:

Tabla 10. Matriz afinidad cultural

Matriz afinidad cultural			
Países de religión católica: (% población católica, actual)	Países pertenecientes a idioma español:	Países forma de estado democrática:	Países Cercanos a Colombia:
Alemania (68.7%)	Argentina	Angola	Argentina
Argentina (85.2%)	Bolivia	Argentina	Bahamas
Brasil (88.9)	Chile	Bolivia	Bolivia
Bolivia (93.9%)			
Chile (89.4%)			
España (78.6%)	Costa Rica	Brasil	Brasil
Ecuador (94.1%)	Cuba	Chile	Chile
El Salvador (88.2%)			
Estados Unidos (78.3%)			
Filipinas (92.6%)	Ecuador	República del Congo	Costa Rica
Francia (63.0%)	El Salvador	Costa Rica	Cuba

Italia (83.3%)	España	Ecuador	Ecuador
México (95.1%)	Guatemala	El Salvador	El Salvador
Panamá (93.0%)	Guinea Ecuatorial	Guinea Ecuatorial	Estados Unidos
Perú (95.5%)	Honduras	Guinea Ecuatorial Guyana	Jamaica
Polonia (94.3%)		Honduras	
República Democrática del Congo (85.9%)	México	México	México
República Dominicana (88.0%)	Nicaragua	Nicaragua	Panamá
Venezuela (89.3%)		Nigeria	
<p>Fuente: Pew Research Center. Table: Religious Diversity Index Scores by Country [online]. Disponible en internet:< http://www.pewforum.org/2014/04/04/religious-diversity-index-scores-by-country/></p>	Panamá	Panamá	Paraguay
	Paraguay	Paraguay	Perú
	Perú	Perú	Puerto Rico
	Puerto Rico	República Dominicana	República Dominicana
	República Dominicana	Filipinas	Uruguay
	Uruguay	Estados Unidos	Venezuela
	Venezuela	Uruguay	<p>Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Conozca los países donde podrá exportar su producto, Proexport [online]. 2014.</p>
	<p>Fuente: Instituto Cervantes. El español: una lengua viva, informe 2013, España, 2013. 82 p.</p>	Venezuela	
		<p>Fuente: ELGY, Robert. List of presidential, parliamentary and other countries, 2011.</p>	

13.1.1.1 Análisis por afinidad cultural

La información recopilada referente a afinidad cultural, permitió establecer lo siguiente:

- ✓ Preseleccionar, los países, que cumplen, con la mayor cantidad de requisitos, correspondientes a: religión católica, idioma español, forma de estado democrática, y cercanía a Colombia.

- ✓ Se encuentra, que acerca del parámetro, religión católica, Argentina, cuenta con un 85,2%, Brasil 88,9%, Bolivia 93,9%, Chile 89,4%, Ecuador 94,41%, Filipinas 92,6%, México 95,1 %, Perú 95,5%, Polonia 94,3%, y Venezuela 89,3%, según Pew Research Center, año 2014.

- ✓ Para el segundo parámetro, de países de idioma español, se encuentran aproximadamente 20 países, de los cuales, 10 de ellos, son también de religión católica.

- ✓ Para el tercer parámetro, de forma de estado democrática, se encontraron aproximadamente, 23 países, de los cuales, 10, son de idioma español, y pertenecen a la religión católica.

- ✓ Para el último parámetro, se revisó, la cercanía de los países, con Colombia, obteniendo así, aproximadamente, los 19 países, más cercanos a Colombia, de los cuales 10, cumplen, con los parámetros anteriormente enunciados.

- ✓ Obteniendo así como países preseleccionados, debido a su afinidad cultural con Colombia, frente a otros países: 1. Argentina, 2. Bolivia, 3. Chile, 4. Ecuador, 5. El Salvador, 6. México, 7. Panamá, 8. Perú, 9. República Dominicana y 10. Venezuela.

13.1.2 Logística

Después de la obtención de los países con mayor similitud de afinidad cultural con Colombia, se realizó el estudio general de la logística presentada, obteniendo así, mediante el análisis de las siguientes características: acceso marítimo, acceso aéreo, tarifas aéreas, tarifas marítimas, y frecuencia aérea y marítima disponible.

13.1.2.1 Análisis por logística

Mediante la información recopilada, se logró establecer:

- ✓ Preselección de un grupo de diez países, con características relevantes, que los consolidan como países, con una adecuada logística, desde Colombia.
- ✓ Países preseleccionados: 1. Argentina, 2. Brasil, 3. Chile, 4. Ecuador, 5. España, 6. Estados Unidos, 7. México, 8. Panamá, 9. Perú, 10. República Dominicana.

✓ Información relevante:

1. Argentina: Más de 30 puertos, y 32 aeropuertos, disponibilidad de traslado de carga mínima (menores a 35 Kg), aérea y marítima (desde 1 Kg), al igual que frecuencia aérea de lunes a sábado, con conexión en Estados Unidos.

2. Brasil: Cinco navieras en funcionamiento, nueve aerolíneas con servicios de carga, disponibilidad de carga mínima (menores a 35 Kg), aérea y terrestre, frecuencia diaria con conexión en Estados Unidos.

3. Chile: Cuenta con 24 puertos habilitados, al igual que 7 aeropuertos, carga mínima (menores a 35 Kg) disponible aérea y marítima (desde 1 kg), y frecuencia aérea diaria sin conexión.

4. Ecuador: Cuenta con 5 puertos estatales, 428 aeropuertos, de los cuales 323 se encuentran sin pavimentar y 105, cuentan con una pista pavimentada, carga mínima (menores a 35 Kg) disponible, para servicio aéreo, y para servicio marítimo (desde 1 Kg), al igual que frecuencia aérea diaria, sin conexión.

5. España: Cuenta con 9 navieras, 17 aerolíneas con disponibilidad de carga, carga mínima (menores a 35 Kg) disponible, aérea y terrestre, frecuencia aérea con diferentes conexiones.

6. Estados Unidos: Más de 18 navieras en funcionamiento, 13 aerolíneas con servicio de carga, carga mínima aérea (menores a 35 Kg) y marítima (desde 1 Kg), al mismo tiempo que una frecuencia aérea diaria, sin conexión.

7. México: Cuenta con 22 puertos, 82 aeropuertos, carga mínima aérea (menores a 35 Kg) disponible, y diferentes opciones marítimas, frecuencia aérea diaria, con conexión en Estados Unidos, al igual que miércoles y domingo, sin conexión.

8. Panamá: Cuenta con 35 puertos y muelles, 27 aeródromos públicos y 41 privados, carga mínima aérea (menores a 35 Kg) disponible, y diferentes opciones marítimas, al igual que frecuencia aérea diaria sin conexión.

9. Perú: Cuenta con 14 puertos, 211 aeropuertos, carga mínima aérea (menores a 35 Kg) disponible, y diferentes opciones marítimas, al igual que frecuencia aérea disponible de lunes a jueves, sin conexión.

10. República Dominicana: Cuenta con 11 puertos marítimos, 7 aerolíneas, carga mínima aérea (menores a 35 Kg) disponible, y diferentes opciones marítimas, al igual que frecuencia aérea directa, un día a la semana, y disponibilidad con conexiones, la mayoría de los días.

✓ Respecto a las tarifas aéreas, se encuentra lo siguiente:

- Ecuador, Estados Unidos, México y Panamá, presentan un valor para el transporte de carga mínimas (menores a 35 Kg) desde 60 dólares, aproximadamente.
- España, presenta un valor para el transporte de carga mínima, (menores a 35 Kg), desde 80 dólares aproximadamente.
- Argentina, Chile, Perú y República Dominicana, presentan un valor para el transporte de carga mínima, (menores a 35 Kg), desde 100 dólares, aproximadamente.
- Brasil, presenta un valor para el transporte de carga mínima (menores a 35 Kg) desde 300 dólares.

✓ Respecto a las tarifas marítimas, se encuentra lo siguiente:

- Argentina, Brasil, Chile, Ecuador, España y Estados Unidos, presentan un valor para el transporte de carga mínima, (desde 1 Kg), de 80 a 100 dólares aproximadamente.

- Brasil, Chile, Ecuador, Panamá, Perú y República Dominicana, presentan un valor para transporte en contenedores de 20 pies, desde 500 dólares aproximadamente.
- Argentina, España, Estados Unidos y México, presentan un valor para transporte en contenedores de 20 pies, desde 700 dólares, aproximadamente.
- Ecuador, España, Panamá, Perú y República Dominicana, presentan un valor para transporte en contenedores de 40 pies, desde 275 dólares, hasta 550 dólares, aproximadamente.
- Argentina, Brasil, Chile, Estados Unidos y México, presentan un valor para transporte en contenedores de 40 pies, desde 600 dólares, hasta 1200 dólares, aproximadamente.

13.1.3 Exportaciones desde Colombia

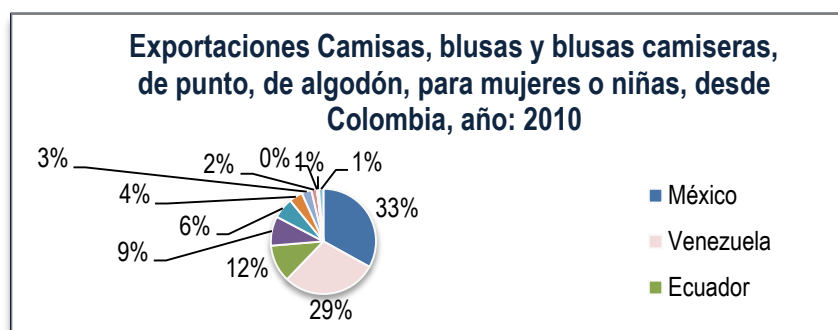
13.1.4 Exportaciones e importaciones partida arancelaria 610610

13.1.5 Exportaciones desde Colombia

Para el período de Enero y Junio de 2013, se registraron exportaciones de prendas de vestir por US\$662,7 millones¹⁹, siendo como principales destinos a exportar en orden descendente, Estados Unidos, Ecuador, Venezuela, México y Perú.

Igualmente, se registraron como los diez países de principal destino de exportación del producto: camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, de algodón, para mujeres o niñas, en los años 2010, 2011 y 2012, México, Venezuela, Ecuador, Costa Rica, Perú, España, Estados Unidos, Panamá, Guatemala, y Bolivia. Siendo en los tres casos, los dos primeros puestos, ocupados por México y Venezuela, con una representación del 33%, 29% y 30% para cada uno de los años por México y 29%, 23% y 29% por Venezuela, respectivamente.

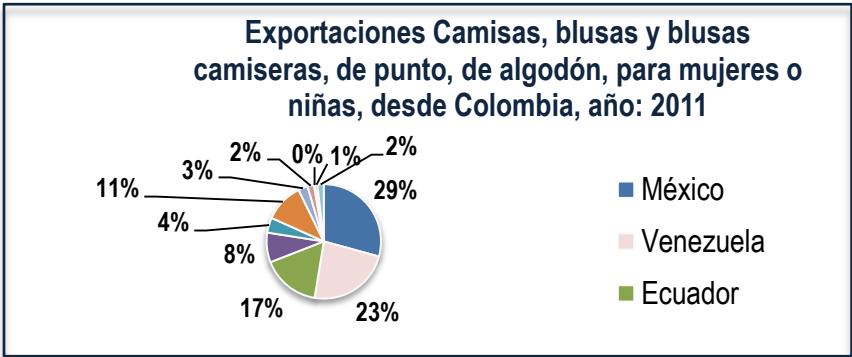
Figura 19. Exportaciones partida arancelaria 610610. Exportaciones partida arancelaria 610610, desde Colombia, año: 2010.



Adaptado de: "Herramientas para el exportador Colombiano". Promoción de turismo, inversión y exportaciones.

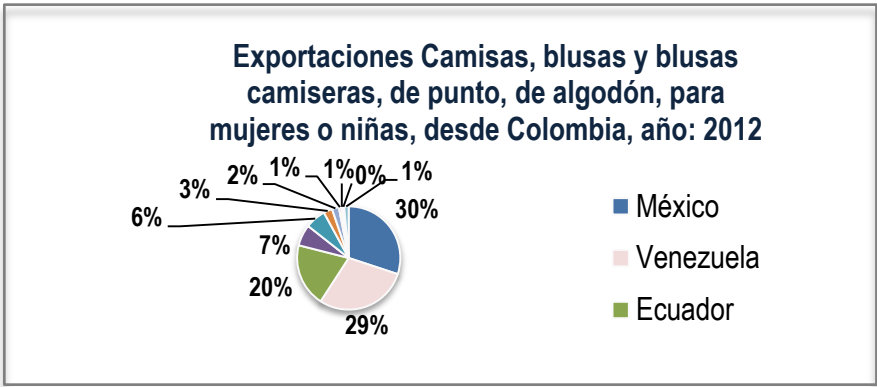
¹⁹ Proexport Colombia, promoción de turismo, inversión y exportaciones: Análisis de exportaciones colombianas Enero- Junio 2013. 2013.p. 4.

Figura 20. Exportaciones partida arancelaria 610610. Exportaciones partida arancelaria 610610, desde Colombia, año: 2011.



Adaptado de: "Herramientas para el exportador Colombiano". Promoción de turismo, inversión y exportaciones.

Figura 21. Exportaciones partida arancelaria 610610. Exportaciones partida arancelaria 610610, desde Colombia, año: 2012.



Adaptado de: "Herramientas, para el exportador Colombiano". Promoción de turismo, inversión y exportaciones.

13.1.6 Importaciones a Colombia

Realizando el análisis de las cifras obtenidas para los periodos de: diciembre del año 2013, diciembre del año 2012, enero del año 2013, enero del año 2014 y febrero del

año 2013, febrero del año 2014, se concluye una variación significativa en cada uno de los casos analizados.

Para el primer caso estudiado, correspondiente a diciembre del año 2013, diciembre del año 2012, se encuentra una disminución en términos FOB del 7.6%, cambiando de un valor previo de US\$ 3.661 a un valor, para el año 2013 de US\$ 3.383 millones²⁰, disminuyendo así US\$ 278 millones.

En el segundo caso, correspondiente a enero del año 2013, enero del año 2014, se encuentra igualmente una disminución en términos FOB de US\$ 4.034 millones a US\$ 3.567 millones²¹, siendo esta una diferencia de US\$ 467 millones con respecto al año anterior.

Finalmente el tercer caso, conformado por el periodo de febrero del año 2013 y febrero del año 2014, demuestra una disminución en términos FOB de 4,8%, cambiando de US\$ 3.505 millones a US\$ 3.336 millones²², disminuyendo así en US\$ 169 millones.

Explícitamente, para los bienes de consumo no duradero, como vestuario y otras confecciones de textiles, un valor CIF para el periodo de febrero 2013 US\$ 57 millones, y para el periodo de febrero 2014 US\$ 46 millones, con una variación negativa de 20,4%.²³

²⁰ Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales: Avance de comercio exterior, Diciembre 27 de 2013, cifras preliminares, 2013. p. 9.

²¹ Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales: Avance de comercio exterior, Enero 31 de 2014, cifras preliminares, 2013. p. 7.

²² Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales: Avance de comercio exterior, Febrero 28 de 2014, cifras preliminares, 2014. p. 7.

²³ Ibid. p. 12.

Continuando con el proceso de preselección de países, se llevó a cabo, un análisis de las exportaciones realizadas por Colombia, hacia cada uno de los países preseleccionados.

Evaluando, el valor FOB correspondiente, a los años 2011, 2012, y 2013, como se muestra a continuación

Tabla 11. Importaciones a Colombia

Países	Valor FOB (Año 2011,USD)	Valor FOB (Año 2012,USD)	Valor FOB (Año 2013,USD)
Argentina	305.249.524,59	288.252.940,89	433.025.664,69
Bolivia	141.300.426,16	125.254.835,98	143.725.531,16
Brasil (8)	1.294.585.581,78	1.290.578.514,41	1.590.628.607,58
Chile (2)	2.205.006.467,76	2.189.220.351,44	1.571.632.867,04
Costa Rica	434.876.977,59	274.485.887,46	276.515.852,65
Cuba	40.354.717,75	32.126.083,04	36.151.678,62
Ecuador (4)	1.908.591.669,34	1.910.497.978,79	1.974.779.121,80
El Salvador	149.045.752,79	66.516.403,54	82.298.816,18
España (5)	1.720.161.277,51	2.939.791.699,69	2.879.035.320,41
Estados Unidos (1)	21.969.134.250,54	21.833.283.831,30	18.458.879.863,29

Honduras	293.072.616,20	185.381.134,93	216.425.830,18
México (9)	704.938.267,94	835.104.453,31	863.806.443,94
Nicaragua	11.219.301,05	8.790.394,65	10.535.283,78
Panamá (3)	2.158.990.213,81	2.916.011.194,64	3.219.264.929,87
Paraguay	12.729.123,14	14.250.662,15	18.366.540,13
Perú (7)	1.322.794.850,83	1.582.089.270,49	1.273.932.797,29
Puerto Rico	242.941.573,90	234.317.249,86	233.983.001,00
República Dominicana (10)	620.730.257,06	669.249.848,45	363.429.680,61
Uruguay	22.148.147,05	20.122.244,16	23.226.379,60
Venezuela (6)	1.724.805.391,51	2.555.961.053,69	2.255.825.954,63

13.1.6.1. Análisis por exportaciones desde Colombia

Mediante la información establecida, se obtuvo:

- ✓ Elección de diez países, preseleccionados debido a la cantidad de exportaciones realizadas desde Colombia, en los últimos tres años, expresado en dólares.
- ✓ Países preseleccionados: 1. Estados Unidos, 2. Chile, 3. Panamá, 4. Ecuador, 5. España, 6. Venezuela, 7. Perú, 8. Brasil, 9. México, 10. República Dominicana, en orden descendente.

- ✓ Respecto a los años, 2011 y 2012, se obtuvieron las siguientes variaciones:
Brasil: - 0.31%, Chile: - 0.72%, Ecuador: 0.10%, España: 70.9%, Estados Unidos:- 0.62%, México: 18.4%, Panamá: 35%, Perú: 19,6%, República Dominicana: 7,82%, Venezuela: 48,1%.

- ✓ Respecto a los años, 2012 y 2013, se obtuvieron las siguientes variaciones:
Brasil: 23,2%, Chile: - 28,2%, Ecuador: 3.36%, España: - 2.07%, Estados Unidos: - 15.4%, México: 3.44%, Panamá: 10.4%, Perú: - 19.4%, República Dominicana: - 45.7%, Venezuela: -11.7%.

- ✓ Se encuentra, que Brasil, presento un cambio significativo de -0.315 a 23.2%, al igual que Ecuador de 0.10% a 3.32%.

- ✓ Se establece, que Ecuador, México y Panamá, crecieron, en cada una de las variaciones, mientras que Chile y Estados Unidos, decrecieron en cada una de las mismas.

13.1.7 Acuerdos comerciales

Seguido a la información recopilada, sobre las exportaciones realizadas desde Colombia, se investigaron los acuerdos comerciales, para cada uno de los países, su vigencia, sus características individuales, sus principales beneficios, y las características que aplican a Colombia, a su vez.

Tabla 12. Acuerdos comerciales con Colombia

Países	Acuerdos Comerciales	Características
Argentina	CAN- Mercosur (Vigente)	Plazos de desgravación: - inmediata - 5 (intermedia) - 10 (general) - 15 años (sensible)
Bolivia	-Comunidad Andina- CAN (Vigente)	-Actualmente, no se pagan aranceles, desde los países como: - Colombia - Ecuador - Perú
Brasil	CAN- Mercosur (Vigente)	-Plazos de desgravación: - inmediata - 4 (intermedia) - 8 (general) - 15 años (sensible)
Chile	1. Acuerdo de complementación económica, No. 24 (Vigente) 2. Acuerdo de libre comercio (Vigente) 3. Alianza Pacífico (En curso)	1-2. No se aplicarán, impuestos, aranceles o cualquier tipo de cargo, sobre las exportaciones de cualquier mercancía, para uso comercial
Costa Rica	Acuerdo de libre comercio (Firmado, no ha entrado en vigencia)	-Firmado, el 22 de mayo de 2013, aun no se encuentra vigente.
Cuba	Acuerdo de complementación económica No. 49 (Vigente)	-Colombia puede ingresar al mercado cubano con preferencias del 100% en: animales vivos, carne bovina, lácteos, flores, papas, hortalizas, bananos, café, arroz, aceite de palma, margarina, dulces, confetis, chocolate, productos de panadería, mermeladas, agua mineral y gaseada, cerveza, entre otros. -Preferencias arancelarias del 80% en: aves y su carne, filetes de pescado, huevos de ave, miel natural, cebollas, frijoles, entre otros. Preferencias arancelarias entre el 30% y del 50% en: quesos, conservas de carne, conservas de frutas, jugos de frutas, bebidas alcohólicas, y alimentos para animales.

Ecuador	Comunidad Andina- CAN (Vigente)	-Actualmente, no se pagan aranceles, desde los países como: -Colombia -Bolivia -Perú
El Salvador	Acuerdo de libre comercio, triángulo del norte (Vigente)	-Acuerdo que ha permitido, incrementar las exportaciones desde Colombia, contando actualmente con un 2 % de participación, en las exportaciones totales, realizadas por El Salvador. -Con plazos de desgravación de 5 años, 10 años y 15 años, vigente desde el 12 de diciembre de 2009.
España	Acuerdo de libre comercio Unión Europea, Países Andinos (Aplicación provisional, 1 agosto, 2013)	-Desgravación, según la clasificación, de cada uno de los productos, variando desde la eliminación total de aranceles, si se encuentran en la categoría A, hasta su eliminación mediante cortes iguales, como, cuatro cortes, seis cortes u once cortes. -Así mismo, algunos serán desgravados, mediante cortes anuales, después del segundo año de aplicación del acuerdo, o sexto año, según su clasificación.
Estados Unidos	Acuerdo de libre comercio (Vigente)	-Actualmente, los productos libre de aranceles de manera inmediata son salud, consultorías, software, tecnologías de la información, industria gráfica, tercerización de procesos de negocios y turismo de salud. -Desgravaciones, para algunos productos inmediatas, como para el sector confecciones para el hogar, así mismo, desgravaciones, con periodos de 3 años, 5 años, 9 años, 10 años, 12 años, hasta 19 años, según su clasificación.
Honduras	Acuerdo de libre comercio, triángulo del norte (Vigente)	-Vigente, desde el 27 de marzo, de 2010. -Desgravaciones inmediatas, plazo de 5 años, 10 años y 15 años.
México	1. Acuerdo de libre comercio (Vigente) 2. Alianza Pacífico (Negociación en curso)	-En la actualidad, 92% del universo arancelario, se encuentra desgravado. -Faltando algunas partidas por desgravar, y otras que han sido excluidas, pertenecientes en su mayoría al sector agropecuario.
Nicaragua	Acuerdo de alcance parcial	-Colombia, otorga preferencia arancelaria a 25 subpartidas de Nicaragua, a espera de que en un futuro Nicaragua,

		<p>le otorgue preferencias igualmente.</p> <p>-En su mayoría, agrícolas, químicos y algunas materias primas, para construcción.</p>
Panamá	<p>1. Acuerdo de alcance parcial (Vigente)</p> <p>2. Acuerdo de libre comercio (Firmado, 20 septiembre, 2013)</p>	<p>1. Preferencias arancelarias a cerca de 200 productos, en su mayoría preferencias del 70% y el 100%.</p> <p>-En productos como: pescado, frutas, preparaciones alimenticias, medicamentos, papeles y vidrios de seguridad.</p> <p>2. Se espera que el 72%, de los productos importados desde Colombia, ingresen libres de gravámenes, desde el inicio del acuerdo.</p> <p>-Se presentan tiempos de desgravación, de 3 años, 5 años, y 10 años, como plazo máximo.</p>
Paraguay	CAN- Mercosur (Vigente)	<p>-Plazos de desgravación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - inmediata - 6 (intermedia) - 12 (general) - 15 años (sensible) con 2 años de gracia
Perú	<p>1. Comunidad Andina- CAN</p> <p>2. Alianza del Pacifico</p>	<p>-Actualmente, no se pagan aranceles, desde los países como:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Colombia -Bolivia -Ecuador
Puerto Rico	Acuerdo de libre comercio	<p>-Desgravaciones, para algunos productos inmediatas, como para el sector confecciones para el hogar, así mismo, desgravaciones, con periodos de 3 años, 5 años, 9 años, 10 años, 12 años, hasta 19 años, según su clasificación.</p>
República Dominicana	No se registran	
Uruguay	CAN- Mercosur (Vigente)	<p>-Plazos de desgravación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - inmediata - 6 (intermedia) - 12 (general) - 15 años (sensible)
Venezuela	Acuerdo de alcance parcial (Vigente)	<p>-Se otorgan preferencias arancelarias, sobre aranceles vigentes, para la importación de terceros países, solo a productos originarios y nuevos.</p>

		En caso de los productos sensibles de Colombia, la preferencia aplica sobre el arancel base, definido.
--	--	--

Tabla 13. Descripción acuerdos comerciales

Acuerdo Comercial	Características
CAN- Mercosur	<p>-Ofrece, un mercado potencial de 216 millones de habitantes, un producto interno bruto de 569 mil millones, de dólares aproximadamente, registrando así, exportaciones desde Colombia aproximadamente de 100 mil millones, de dólares, en los últimos años.</p> <p>-Con una desgravación para Colombia de la siguiente manera: inmediata, 6 (intermedia), 12 (general) y 15 años (sensible)</p>
Comunidad Andina- CAN	<p>-Organización, subregional integrada por países como: Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú, bajo el amparo de la ALADI, lo que da paso al libre comercio entre los cuatro países mencionados.</p>
Acuerdo de complementación económica, No. 24- Chile	<p>-Se orienta hacia el comercio de bienes, pactando sus desgravaciones, como una complementación y profundización del TLC, entre Colombia y Chile.</p>
Acuerdo de libre comercio- Chile	<p>-Es de gran importancia, debido al gran mercado que ofrece a Colombia, siendo el primer país latinoamericano en la clasificación del PIB, actual.</p> <p>-Incluye, sectores de compras públicas, y comercio de servicio e inversión.</p> <p>-Ha ayudado significativamente, al intercambio comercial, entre los dos países, con un aumento desde el año 1991, a 2010, de 675%, y 42%, en promedio anual.</p>
Alianza Pacifico	<p>-Se identifica, como una integración regional, creada el 28 de abril de 2011, por Chile, Colombia, México y Perú, en busca de, avanzar hacia, la libre circulación de bienes, servicios capitales y personas</p>
Acuerdo de libre comercio- Costa Rica	<p>-Busca, contribuir mediante la eliminación de barreras, al comercio, expansión y desarrollo del comercio entre los dos países.</p> <p>-Condiciones de libre competencia, en la zona libre de comercio</p>

<p>Acuerdo de complementación económica No. 49- Cuba</p>	<p>-Suscrito, en el año 2000, bajo el marco de la ALADI, y entró en vigencia en 2001.</p>
<p>Acuerdo de libre comercio, triángulo del norte</p>	<p>-Con el fin de fortalecer las relaciones económicas, establecidas anteriormente, entre Colombia, El Salvador, Guatemala y Honduras, mediante los acuerdos de alcance parcial, suscritos en el marco de la ALADI, se realizan las negociaciones para el tratado de libre comercio.</p> <p>-El cual incluye, temas como Trato Nacional y Acceso de Mercancías al Mercado, Inversión, Servicios, Comercio Transfronterizo de Servicios, Comercio Electrónico, Cooperación, Solución de Diferencias, Contratación Pública, Facilitación del Comercio, Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, Normas Técnicas, Normas de Origen y Medidas de Defensa Comercial.</p>
<p>Acuerdo de libre comercio Unión Europea, Países Andinos España</p>	<p>-Brinda la posibilidad de acceder, a un mercado de 503 millones de habitantes, el cual permitirá libre acceso sin aranceles desde Colombia, una vez entre en vigencia el acuerdo.</p>
<p>Acuerdo de libre comercio, Estados Unidos</p>	<p>-El acuerdo, ha ayudado especialmente, a sectores como: sector de pesca, azúcar, textiles y prendas de vestir, cueros, calzado, industrias de porcelana y joyería, entre otros.</p> <p>-Incrementando así, en sus primeros meses de vigencia un 185%, al igual que la exportación de 187 nuevos productos, después de que el acuerdo se hizo vigente.</p>
<p>Acuerdo de libre comercio, México</p>	<p>-Vigente, desde 1995, finalizo su periodo de desgravación en el año 2004.</p> <p>-Dio paso a un importante mercado, para bienes y servicios.</p> <p>-Se prohíbe y se eliminan las barreras no arancelarias, con excepción de bienes usados, petróleo y petrolíferos.</p>
<p>Acuerdo de alcance parcial, Nicaragua</p>	<p>-Establecido para una duración de tres años, prorrogables automáticamente, por iguales periodos.</p>
<p>1. Acuerdo de alcance parcial 2. Acuerdo de libre comercio, Panamá</p>	<p>1. Suscrito en el marco de la ALADI, en vigencia desde 1994.</p> <p>2. Se establece, debido a la búsqueda del fortalecimiento de las relaciones, con una de las mejores economías, de América, actualmente se cuenta con una balanza comercial que muestra un superávit, de 2.785, millones de dólares, para el año 2012, lo que indica la fortaleza del mercado Colombiano, en el país.</p>
<p>Acuerdo de alcance parcial, Venezuela</p>	<p>-Creado, debido a la salida del país, de la integración de la comunidad andina, en pro al mejoramiento de las relaciones de comercio bilaterales, el 28 de noviembre del 2011, con exportaciones hacia Venezuela, aproximadamente de 4,2 %.</p>

13.1.7.1. Análisis por acuerdos comerciales

Debido, a la información recopilada, se obtiene lo siguiente:

- ✓ Preselección de, diez países, elegidos por los beneficios otorgados, gracias a sus acuerdos comerciales.

- ✓ Países preseleccionados: Bolivia, Chile, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, Honduras, México, Panamá, Perú, Puerto Rico.

- ✓ La preselección de los diez países, fue obtenida, mediante la elección de los países, que actualmente tienen un acuerdo de libre comercio con Colombia, al igual que los pertenecientes a la Comunidad Andina, CAN.

- ✓ Chile, El Salvador, Estados Unidos, Honduras, México, Panamá y Puerto Rico, presentan tratados de libre comercio con Colombia.

- ✓ Bolivia, Ecuador y Perú, son miembros actuales, de la Comunidad Andina, CAN.

13.1.8 Importaciones partida arancelaria

En la última etapa del proceso de preselección, se tomaron en cuentas las cifras de importaciones, de la partida arancelaria de interés: **610610 - Camisas, blusas, blusas camiseras de punto, de algodón, para mujeres o niñas**, obteniendo así, los datos de

los diez principales países importadores, en los últimos tres años, como se muestra a continuación:

Tabla 14. Importaciones partida arancelaria

Países	2011 (Miles de USD)	2012 (Miles de USD)	2013 (Miles de USD)
Estados Unidos (1)	708.081,03	631.786,14	523.293,99
Japón (2)	462.360,16	438.760,71	409.469,36
Alemania (3)	385.162,13	444.797,25	363.251,12
Hong Kong (4)	268.839,01	223.980,19	180.129,80
Reino Unido (5)	150.253,82	176.536,15	163.894,57
Francia (6)	149.806,67	172.667,56	163.058,07
Italia (7)	117.860,67	110.756,83	126.542,76
Países Bajos	83.074,01	86.489,40	77.460,93
España (8)	116.065,69	108.073,81	72.786,76
Grecia	96.290,54	72.856,14	64.927,41
Otros	840.372,26	880.831,64	820.997,44
Total	3.378.166,03	3.374.426,82	2.965.812,21

13.1.8.1. Análisis por importaciones de la partida arancelaria

Mediante la información recopilada, se pudo concluir lo siguiente:

- ✓ Preselección de ocho países, debido a la cantidad de importaciones realizadas, de la partida arancelaria, en los últimos años.

- ✓ Países preseleccionados: 1. Estados Unidos, 2. Japón, 3. Alemania, 4. Hong Kong, 5. Reino Unido, 6. Francia, 7. Italia, 8. España.

- ✓ Se observan las siguientes variaciones, para los años, 2011, 2012: Estados Unidos: -10.7%, Japón: -5.10%, Alemania: 15.4%, Hong Kong: -16.6%, Reino Unido: 17.4%, Francia: 15.2%, Italia: -6.02%, España: -6.88%.

- ✓ Se observan las siguientes variaciones, para los años, 2012, 2013: Estados Unidos: -17.7%, Japón: -6.67%, Alemania: -18.3%, Hong Kong: -19.6%, Reino Unido: -7.6%, Francia: -5.6%, Italia: 14.2%, España: -32.65%.

- ✓ Se concluye que Estados Unidos, disminuyó en su totalidad aproximadamente 28%, desde el año 2011, al año, 2013, igualmente, Japón con una disminución de 12%, aproximadamente, Hong Kong, 37%, y España, 40%, aproximadamente.

- ✓ Se observa, que para el año 2013, el único país en aumentar su cantidad de importaciones desde Colombia, fue Italia.

13.1.9 Exportaciones partida arancelaria, desde Colombia

Como último paso, se obtuvo la información correspondiente, a las exportaciones realizadas de la partida arancelaria, desde Colombia, en los últimos tres años, a los diez países principales, como se muestra a continuación:

Tabla 15. Exportaciones partida arancelaria

Países	2011 (Miles de USD)	2012 (Miles de USD)	2013 (Miles de USD)
México (1)	1.858,75	1.581,68	1.040,97
Ecuador (3)	1.050,07	1.042,07	658,44
Perú	270,15	337,58	572,85
Costa Rica (4)	532,35	350,21	381,56
Venezuela (2)	1.480,68	1.530,88	240,97
Estados Unidos	170,72	113,91	116,15
Panamá	114,01	37,87	73,06
Guatemala	19,51	25,61	43,74
España (5)	700,19	143,86	41,92
Chile	43,74	9,41	26,28
Otros	112,65	88,30	63,45
Total	6.352,82	5.261,38	3.259,41

13.1.9.1. Análisis por exportaciones de la partida arancelaria, desde Colombia

Mediante la información recopilada, se obtiene lo siguiente:

- ✓ Preselección de cinco países, debido a sus cifras de exportaciones, desde Colombia, de la partida arancelaria.
- ✓ Cinco países preseleccionados: 1. México, 2. Venezuela, 3. Ecuador, 4. Costa Rica, 5. España, en orden descendente.

- ✓ Se observan las siguientes variaciones, para los años, 2011, 2012: México: -14.9%, Venezuela: 3.39%, Ecuador; -0.76%, Costa Rica: -34.2%. España: -79.4%.

- ✓ Se observan las siguientes variaciones, para los años, 2012, 2013: México: -34.1%, Venezuela: -84.2%, Ecuador; -36.8%, Costa Rica: 8.9%. España: -70.8%.

- ✓ Se encuentra, acerca de las variaciones, que disminuyen significativamente, en la mayoría de países, siendo más notorio, en el año 2013, en el cual, solo Costa Rica, aumento sus importaciones, de la partida arancelaria desde Colombia.

13.1.10 Análisis países preseleccionados

Debido a la revisión de los análisis individuales, correspondientes a, afinidad cultural, logística, exportaciones desde Colombia, acuerdos comerciales, importaciones partida arancelaria, y exportaciones partida arancelaria desde Colombia, se llevó a cabo la elección de cinco países aptos, para la elaboración de la posterior matriz, siendo estos:

1. Chile, 2. Ecuador, 3. México, 4. Panamá y 5. Perú.

Mediante los siguientes parámetros:

- ✓ Chile:
 - Cumplimiento con la totalidad de parámetros evaluados, en afinidad cultural.

- Tercero en preselección de países, por logística adecuada.
- Segundo destino con mayores exportaciones, desde Colombia.
- Tratado de libre comercio vigente, con Colombia.

✓ Ecuador:

- Cumplimiento con la totalidad de parámetros evaluados, en afinidad cultural.
- Cuarto en preselección de países, por logística adecuada.
- Cuarto destino con mayores exportaciones, desde Colombia.
- Miembro vigente, de la Comunidad Andina, CAN.
- Tercer país, preseleccionado en las exportaciones realizadas desde Colombia, de la partida arancelaria, del producto.

✓ México:

- Cumplimiento con la totalidad de parámetros evaluados, en afinidad cultural.
- Séptimo en preselección de países, por logística adecuada.
- Noveno destino con mayores exportaciones, desde Colombia.
- Tratado de libre comercio vigente, con Colombia.
- Primer país, preseleccionado en las exportaciones realizadas desde Colombia, de la partida arancelaria, del producto.

✓ Panamá:

- Cumplimiento con la totalidad de parámetros evaluados, en afinidad cultural.
- Octavo en preselección de países, por logística adecuada.
- Tercer destino con mayores exportaciones, desde Colombia.
- Tratado de libre comercio vigente, con Colombia.

✓ Perú:

- Cumplimiento con la totalidad de parámetros evaluados, en afinidad cultural.
- Noveno en preselección de países, por logística adecuada.
- Séptimo destino con mayores exportaciones, desde Colombia.
- Perteneciente, a la Comunidad Andina, CAN, al igual que a la Alianza Del Pacífico.

14. ESTUDIO DEL MERCADO OBJETIVO

14.1 Matriz de selección

Posterior a la preselección, de los cinco países candidatos para el plan exportador, se elaboró una matriz (*ver Anexo O*), con la información de carácter relevante, agrupando cada uno de los datos, en variables, las cuales tienen un peso total, al mismo tiempo que un peso individual, de cada uno de sus datos.

Después de esto, se otorgó una calificación, para los mismos, la cual varía desde uno (1) hasta cinco (5), siendo cinco (5), la máxima calificación, dando origen a una ponderación, la cual permitirá la elección, del mercado, objetivo, alterno y contingente.

En total, se agruparon los datos recolectados, en nueve grupos de variables, siendo estas: **Cultura, Indicadores económicos, Población, Situación política, Comercio internacional, Actualidad del mercado, Condiciones de acceso al mercado, Transporte marítimo, y transporte aéreo.**

14.1.1 Cultura

- ✓ La variable Cultura, está compuesta por tres indicadores, con un peso total de (0,095), debido a la importancia que tiene para el proceso de exportación, el idioma, logrando una fácil comunicación, al igual que la religión y la cultura de negocios, las cuales facilitan y apoyan el proceso.

- ✓ Siendo sus indicadores y sus respectivos pesos, los siguientes: Idioma (0,005), Religión (0,05), y Cultura de negocios (0,004).

14.1.2 Indicadores económicos

- ✓ La variable Indicadores económicos, está compuesta por cinco indicadores, con un peso total de (0,09), tendiendo este peso, por su importancia para el proceso de exportación, debido a que muestra la situación económica actual del país preseleccionado, y sus datos respecto al comercio internacional con Colombia.
- ✓ Siendo sus indicadores y sus respectivos pesos, los siguientes: Pib (0,04), Pib per cápita (USD) (0,02), Crecimiento Pib (0,005), Balanza comercial (0,02), y moneda (0,005).

14.1.3 Población

- ✓ La variable Población, está compuesta por cuatro indicadores, con un peso total de (0,043),
- ✓ Siendo sus indicadores y sus respectivos pesos, los siguientes: Población total (0,03), Crecimiento poblacional (0,005), Población activa laboralmente (0,004), y Población femenina (0,004).

14.1.4 Situación política

- ✓ La variable Situación política, está compuesta por tres indicadores, con un peso total de (0,039), debido a que muestra el gobierno actual del país, y las relaciones bilaterales existentes, brindando seguridad al exportador y al comprador.
- ✓ Siendo sus indicadores y sus respectivos pesos, los siguientes: tipo de gobierno (0,004), duración del periodo de gobierno (0,005), y relaciones bilaterales (0,03).

14.1.5 Comercio internacional

- ✓ La variable Comercio internacional, está compuesta por seis indicadores, con un peso total de (0,2), siendo la variable con mayor peso, debido a que infiere acerca de las exportaciones realizadas, lo que permite conocer como es el intercambio entre los dos países, en la actualidad.
- ✓ Siendo sus indicadores y sus respectivos pesos, los siguientes: total de exportaciones desde Colombia (0,3), total de exportaciones desde Colombia, de la partida arancelaria (0,04), total de importaciones del país (0,03), total de importaciones de la partida arancelaria (0,04), competencia internacional (0,03), y competencia nacional (0,03).

14.1.6 Actualidad del mercado

- ✓ La variable Actualidad del mercado, está compuesta por tres indicadores, con un peso total de (0,0142), muestra datos generales del sector, y como se desarrolla en cada uno de los países preseleccionados.
- ✓ Siendo sus indicadores y sus respectivos pesos, los siguientes: actualidad del mercado (0,004), ferias especializadas (0,005), y medios de comunicación (0,0052).

14.1.7 Condiciones de acceso al mercado

- ✓ La variable condiciones de acceso al mercado, está compuesta por seis indicadores, con un peso total de (0,16), siendo la cuarta variable, con mayor peso, debido a que integra los principales requerimientos para la exportación, económicos y reglamentarios.
- ✓ Siendo sus indicadores y sus respectivos pesos, los siguientes: gravamen arancelario (0,03), IVA (0,02), acuerdos internacionales (0,07), otros impuestos (0,005), normas requeridas (0,005), modalidad de pago (0,03).

14.1.8 Transporte marítimo

- ✓ La variable Transporte marítimo, está compuesta por cuatro indicadores, con un peso total de (0,198), siendo la segunda variable con mayor peso, debido a que se considera como la principal opción de transporte, debido a sus costos.
- ✓ Siendo sus indicadores y sus respectivos pesos, los siguientes: cantidad de navieras (0,05), flete establecido (0,045), frecuencia disponible (0,045), tiempo de tránsito (0,055), y rutas de acceso (0,003).

14.1.9 Transporte aéreo

- ✓ La variable Transporte aéreo, está compuesta por cinco indicadores, con un peso total de (0,1608), siendo la tercera variable con mayor peso, debido a su importante rol, en el proceso de exportación.
- ✓ siendo sus indicadores y sus respectivos pesos, los siguientes: cantidad de aerolíneas (0,055), flete establecido (0,0055), frecuencia disponible (0,045), tiempo de tránsito (0,0028), y características (0,003).

14.2 Mercado objetivo, alternativo y contingente

Mediante el análisis de la matriz elaborada, con cada uno de los cinco países preseleccionados, siendo estos Chile, Ecuador, México, Panamá, y Perú, se

obtuvieron, unas ponderaciones individuales para cada uno de ellos, las cuales permitieron realizar, la elección del mercado objetivo, alterno y contingente, siendo estos:

- ✓ Chile: 4,1598

- ✓ Ecuador: 3,9966

- ✓ México: 4,022

- ✓ Panamá: 3,541

- ✓ Perú: 3,776

Definiendo así, como mercado objetivo a Chile, mercado alterno México, y mercado contingente Ecuador.

15. DISEÑO PLAN EXPORTADOR

15.1 Objetivos

✓ **Objetivo general:**

Desarrollar un plan exportador, mediante diferentes acciones, para el producto, blusas de algodón, de la empresa Confecciones Di'Mafer Fashion, dirigido a su mercado objetivo, Chile.

✓ **Objetivos específicos:**

- Optimizar, cada uno de los procesos de producción, con el fin de aumentar la calidad del producto.
- Promocionar, el producto blusas de algodón, como producto inicial, para las exportaciones, de la empresa.
- Aumentar, la oferta del portafolio de productos, en diseño, e insumos, mediante, con el fin de lograr una entrada en el mercado de Chile.
- Innovar, constantemente la oferta presentada a los consumidores, basándose en las temporadas, determinadas por el mercado.

- Resaltar, la calidad, como principal características de las prendas de la organización.
- Contactar a potenciales clientes, mediante la asistencia a eventos del sector.
- Posicionar, el producto blusas de algodón, con el fin de crear oportunidades, para todo el portafolio de productos, de la empresa.

15.2 Estrategias

✓ Estrategias dirigidas a la empresa:

- **Optimización de los procesos productivos de la empresa:** mejora de cada uno de los procesos productivos, mediante la definición específica de cada una de las tareas, toma de tiempos en cada uno de los procesos y el almacenamiento adecuado de los insumos, con su respectivo inventario.
- **Control para la producción satélite:** Instauración de medios, que permitan controlar la producción realizada en los diferentes satélites, empleando documentos que registren, como se llevarán a cabo los procesos de ensamble, y las fechas en que se deberán tener finalizadas las prendas.

- **Empleo de tecnología, para determinación de costos:** Uso de herramientas tecnológicas, que permitan calcular con exactitud, el costo de los materiales, y del proceso de producción, de cada una de las prendas, para obtener su costo final, y determinar un precio adecuado.
- **Adquisición de material de diseño:** Adquirir, elementos como revistas, libros, folletos, que ayuden al proceso de diseño, de la organización, facilitando esta tarea, e implementando actualidad en cada una de las prendas.
- **Determinación de los lugares de trabajo:** Delimitación, de cada uno de los espacios utilizados, para el proceso productivo, al igual que de los materiales necesarios.
- **Creación de colecciones:** Diseño y orientación de los productos, en mínimo dos colecciones anuales, que permitan la promoción de las prendas de vestir, y su actualización, así como el aumento en el interés de los clientes, por adquirirlas, y su notoria identificación en su diseño.
- **Participación en eventos del sector:** Acudir, a los eventos realizados por el sector, en la región, como visitante en una primera instancia, para la actualización y la búsqueda de nuevas ideas, que se reflejen, en el producto

final, y en un futuro participar de ellos, como expositores, aumentando así el mercado, y los ingresos de la organización.

- **Alianza con las entidades relacionadas con el sector:** Inscripción, en algunos programas, brindados por entidades calificadas, que permitan obtener su apoyo, y sean de gran ayuda para la empresa.

✓ Estrategias dirigidas al mercado:

- **Creación de una página web:** Para el consumidor chileno, es de gran importancia, el acceso a la empresa, a través de internet, por lo que sería de gran importancia, la creación de una página web, actualizada, que contara con los aspectos de la empresa y sus diferentes productos.
- **Elaboración de prendas con alto diseño:** Las prendas ofrecidas al mercado chileno, deben variar en cuanto a diseño, materiales utilizados, y colores, gradualmente, debido a que es de gran importancia para los clientes, que los productos presenten estos cambios.
- **Ofrecimiento de dos colecciones al año:** Creación de dos colecciones, siendo estas, primavera verano, y otoño invierno, al igual que un cambio o una edición especial de los productos, para diferentes épocas especiales.

- **Trabajo en equipo con los importadores:** Realizar, siempre un trabajo en equipo con las personas importadoras, mediante asesorías, y disponibilidad continua, para el apoyo al proceso de venta y las inquietudes que puedan surgir, acerca de los productos, obteniendo así un beneficio para la organización, y para ellos, al mismo tiempo.
- **Plasmar las características del mercado en las prendas:** Mediante el estudio, realizado, se encontró que el mercado chileno, se caracteriza, por prendas de carácter formal, por lo que se debe tener este aspecto, en cuenta a la hora del diseño de los productos.
- **Promociones:** Se puede ofrecer, al cliente, descuentos en los productos, a partir de una cantidad determinada, que puede ir desde un 10%, a un 20%, según el producto seleccionado.
- **Diseño:** Las prendas elaboradas, pueden ser modificadas, por el cliente, mediante cambios o ideas, que indiquen a la empresa, sobre el diseño, o material de las prendas, con las cuales el producto se ajuste mejor al mercado, y facilite su venta.
- **Política de precios:** Los precios determinados, de los productos, se enfocarán en su calidad, brindando prendas de gran calidad, al comprador,

realizadas con insumos, duraderos y mediante proveedores, de gran trayectoria en los diferentes sectores.

15.3 Búsqueda de clientes

Para la obtención de clientes, potenciales para la compra de prendas de vestir en Chile, se llevó a cabo una búsqueda, sobre las principales ferias y eventos realizados, sobre el sector, en cada uno de los dos países, encontrando así los siguientes:

✓ **International Fashion Show:**

Feria internacional de moda, realizada en Santiago de Chile, para Latinoamérica, realizando conexiones, entre marcas especializadas de Europa, y exponentes de Latinoamérica, actualmente, cuenta con dos ediciones. 10 y 12 de junio.

(<http://ifschile.cl/>)

✓ **Ropero Paula:**

Feria de moda, realizada en Chile, para el público final, organizada por la revista Paula, compuesta por invitados internacionales, exponentes chilenos y sudamericanos, al igual que cursos y talleres, que se desarrollan durante la feria. Del 30 de mayo, al 2 de junio.

(<http://www.paula.cl/ropero/>)

✓ **MasDeco Market:**

Feria de diseño, realizada en Santiago de Chile, la cual combina, aspectos como decoración y arte, con objetos innovadores, y principales tendencias en cada uno de los campos de aplicación del diseño. 24, a 27, de abril.

(<http://www.masdecomarket.cl/>)

✓ **Colombiatex:**

Muestra, basada principalmente, en insumos, maquinaria y químicos para el sector textil, realizada en Medellín, Colombia, en el mes de enero, la cual cuenta, con participantes internacionales y nacionales. 27, 28 y 29 de enero.

(<http://colombiatex.inexmoda.org.co/es/>)

✓ **Plataforma K:**

Pasarela de moda, realizada en Barranquilla, Colombia, ofreciendo actualmente, una tienda virtual, con las colecciones de los diseñadores, para el año siguiente, ruedas de negocios, para los compradores, exhibiciones de prendas, y una tienda transitoria, en la cual los diseñadores que han participado en la feria, podrán vender sus productos, por un tiempo determinado. Marzo, abril.

(<http://www.plataformak.co/>)

✓ **Colombiamoda:**

Feria de moda, realizada en Medellín, Colombia, compuesta, por diseñadores nacionales, y oportunidades para nuevos talentos, con un importante pabellón, de nuevos modelos de negocio Inexmoda-Más franquicias, el cual busca la internacionalización de las marcas, mediante la inversión. 22, 23, y 24 de julio.

(<http://colombiamoda.inexmoda.org.co/es/>)

✓ **Ixel Moda:**

Congreso de prendas de vestir, realizado en Cartagena, Colombia, creado por la empresaria Erika Rohenes. 16, 17, y 18 de marzo.

(<http://www.ixelmoda.com/web/>)

✓ **Cali Exposhow:**

Feria de moda, realizada en Cali, Colombia, dirigida, a ámbitos de salud y moda, con oportunidades para nuevos talentos, del sector textil, especialmente de la región. Octubre.

(<http://www.caliexposhow.com/es/>)

✓ **Santander Fashion Week:**

Feria de moda, realizada en Bucaramanga, Colombia, en la cual participan diseñadores, de la ciudad y de otras ciudades cercanas, así como diseñadores de todo el país, actualmente, es su octava edición. 4 y 5 de septiembre.

(http://www.santanderfw.com/sfw_web/)

Se resalta, que para las ferias o eventos, realizados en Colombia, la empresa debe, exponer toda la colección de productos, que hayan generado, así como prendas de vestir, actuales, pertenecientes a la temporada, también, intentar la incursión de nuevos productos, para conocer, cómo reaccionan ante ellos los consumidores, y para los eventos realizados en Chile, se cree pertinente, que la empresa debe mostrar sus productos, de mayor valor agregado, que cumplan con todos los requisitos, que ya hayan pasado, por una evaluación de los consumidores nacionales, y tengan una adecuada referencia.

Así mismo, pueden ser diseñados, basados en las características obtenidas mediante el estudio de mercados, y hacerlos exclusivos o más atractivos al mercado Chileno.

15.4 Logística de exportación

Chile, cuenta actualmente, con 756.950 km ², de los cuales una gran cantidad de kilómetros son de costa, facilitando así el transporte por vía marítima, al igual que una adecuada posición, permitiendo ágiles conexiones, entre el Pacífico y el Atlántico.

Referente, a sus carreteras, cuenta con 80.505 km, y su estructura ferroviaria, cuenta con 5.483 km, servicio que actualmente, es prestado para el transporte de carga, el cual se está restableciendo, para servicio de pasajeros.

Así mismo, fue catalogado, por el LPI (Logistics Performance Index), del banco mundial, en el puesto 42, de un total de 150 países, evaluando aspectos como:

eficiencia aduanera, calidad de la infraestructura, competitividad de transporte internacional de carga, competencia y calidad en los servicios logísticos, capacidad de seguimiento y rastreo a los envíos, y puntualidad en el transporte de carga.

Adicionalmente, se encuentra como punto de equilibrio, para que la exportación, sea rentable, a la organización, la exportación, en docenas, del producto seleccionado, además de ello, la cantidad, considerada por la empresa, para realizar, la exportación, es de una cantidad mínima 120 unidades.

15.4.1 Acceso marítimo Colombia – Chile.

Actualmente, el transporte de mercancías, desde Colombia, se realiza principalmente, desde los puertos, San Antonio, Puerto Valparaíso, Puerto de Arica, Puerto de San Vicente, y Puerto de Iquique.

Desde, la costa Atlántica, los días de tránsito, comprenden de 10 a 20 días, y desde Buenaventura, de 6 a 14 días, servicio que es prestado semanalmente, con oportunidad de envíos de carga suelta.

15.4.2 Acceso aéreo Colombia – Chile.

El transporte de mercancías de Colombia a Chile, es desarrollado actualmente, en el Aeropuerto Internacional Comodoro Arturo Merino Benítez, ubicado en Santiago de Chile, los servicios se originan, desde, Bogotá, Cali y Medellín, con múltiples opciones, y una frecuencia diaria, en algunos casos.

15.4.3 Aspectos logísticos para realizar exportación a Chile.

Para los aspectos logísticos, se debe tener en cuenta, el empaque del producto, la forma de despacho, la forma de etiquetado y marcado, el transporte de mercancía, y el puerto al que llegará la mercancía.

- **Empaque del producto:**

El producto, será empacado, en cajas de cartón, ubicadas en un lugar medio, en la escala de dureza, buscando, la colaboración, con el medio ambiente, haciendo, de este factor, una característica, reconocida por los clientes internacionales.

Las medidas, de la caja de cartón, son representadas por su Largo x Ancho x Alto, y comúnmente son tomadas, con respecto a los textiles, en pulgadas, por lo que se utilizarán cajas, de 30" x 20" x 10".

Siendo, las blusas, acomodadas, en columnas, debido a que su peso, no es mayor, la mayoría de las telas, utilizadas, son ligeras, y no generan mayor peso, para las cajas.

- **Forma de despacho:**

- Obligaciones exportador:**

- Suministrar la mercancía pactada, y las facturas correspondientes.
- Debe obtener, licencias de exportación.

- Entregar, las mercancías en la fecha acordada, y en el lugar acordado, a bordo del buque, que el comprador haya escogido.
- Correr con el riesgo, de daños a la mercancía, hasta el momento que haya superado, el buque.
- El vendedor, debe avisar al comprador, de la mercancía enviada
- Pagar todos los gastos relacionados con la mercancía, hasta el momento que haya sobrepasado la borda del buque.
- Debe proporcionar, la prueba de entrega de mercancía.
- Pago, de los gastos de verificación.
- Prestar ayuda, con documentos, necesarios.

Obligaciones comprador:

- Debe, pagar el precio, acordado por la mercancía.
- Debe contratar, el transporte desde el puerto, al cual se le enviara la mercancía.
- Debe obtener, las licencias, o documentos necesarios, para la importación.
- Debe recibir, la entrega de las mercancías.
- Debe, asumir, los riesgos de daño de la mercancía, después de que ella, sobrepasa el borde del buque, o en caso, de no poder recibir, la misma.
- Debe, correr, con todos los gastos, que se generen, después de sobrepasar el borde, del buque.
- Debe, dar las características necesarias al comprador, acerca del buque.

- Reembolsar, el valor, de los documentos, en los que el vendedor, haya prestado, su ayuda.

- **Forma de etiquetado y marcado:**

Las etiquetas de la prenda, estarán escritas en español, con sus respectivos insumos, y los componentes de estos, explicados en su porcentaje de utilización.

Así mismo, las cajas, deben contener el nombre del importador, el tipo de producto, la cantidad, los datos relevantes de contacto, del exportador y el importador, así como los símbolos, necesarios para su adecuado, cuidado y manejo.

- **Transporte de mercancía:**

El transporte de la mercancía, se realizará, vía marítima, debido, a las facilidades presentadas, al transporte de mayores cantidades, en casos de pedidos, de mayor volumen, hechos posteriormente, por los clientes.

Igualmente, se prevé que para el envío de muestras, al importador, al inicio del proceso, es de mayor facilidad el envío aéreo, y existe la posibilidad de un envío de carga mínima, el cual estaría adecuado a este patrón.

- **Puerto al que llegará la mercancía:**

La mercancía, llegará a alguno de los dos puertos, adecuados para su recibimiento, como son Valparaíso, y San Antonio.

15.5 Trámites de exportación en Colombia

En Colombia, existe una norma vigente, en la cual las prendas de vestir, deben ser debidamente etiquetadas, según el reglamento técnico, basado en la resolución 1950, de 2009, la cual infiere como requisitos: durabilidad de la etiqueta, etiqueta en cada una de las piezas, en caso de que sea un conjunto, país de origen, nombre del fabricante, instrucciones de cuidado, composición de los materiales, talla, y el Nit.

15.6 Incentivos a las exportaciones en Colombia

- ✓ Incentivo tributario, certificado de reembolso tributario: Se caracteriza, por ser un título intangible, con capacidad de negociación por el beneficiario, o para su uso en pago de diferentes impuestos, dentro de dos años, siguientes a su expedición, así mismo su valor es liquidado sobre, el valor FOB, de la exportación.

- ✓ Incentivos financieros: Los incentivos financieros, prestados a las exportaciones, cuentan con oportunidades de crédito, brindadas por el banco de comercio exterior, Bancoldex, créditos del banco de la república, y leasing internacional.

15.7 Trámites de importación en Chile

Para lograr una adecuada exportación al mercado objetivo, Chile, se deben tener en cuenta aspectos como:

- ✓ Si el valor de la exportación es mayor o igual a \$1000 USD, valor FOB, es necesaria la contratación, de un agente de aduanas.

- ✓ Documentos necesarios para la exportación:
 1. Declaración de ingreso
 2. Conocimiento de embarque
 3. Factura comercial original
 4. Packing list
 5. Certificado de origen
 6. Certificado de seguro
 7. Nota de gastos.

- ✓ Las prendas de vestir, deben estar etiquetadas según la norma utilizada, (NCH1209 y 1210).

- ✓ Las etiquetas utilizadas, deben ser de material compatible con las diferentes prendas, estar escritas en español, y adheridas, al interior de las mismas.

✓ Igualmente, deben contener como datos las siguientes referencias:

1. Razón social del fabricante, importador, o marca registrada
2. País de fabricación
3. Composición de la tela
4. Talla
5. Símbolos para el cuidado de la prenda de vestir
6. Información sobre los acabados de la prenda

CONCLUSIONES

Los productos realizados por la empresa, contienen un alto valor agregado, generado mediante diferentes trabajos realizados a mano, como, bordados, pintado, e incorporación de apliques.

La principal característica, de los productos de la empresa, es la calidad, debido a que sus insumos, y todo el material utilizado, es comprado, a proveedores nacionales, certificados, que respaldan su producto final.

La organización, cuenta con varios años, de experiencia y permanencia en el mercado, lo que respalda, su labor, y la hace confiable, a posibles compradores, nacionales e internacionales.

Actualmente, se desempeña la labor de comercialización, a nivel nacional, con adecuados resultados, lo que ha permitido, aumentar los ingresos de la organización, al igual que la capacidad de innovación, diseño y producción de la empresa.

Se cuenta, con personal calificado, para el proceso de ensamble, fuera de la organización, mediante la modalidad de satélite, el cual, ha apoyado durante varios años, la labor de la empresa, en diferentes situaciones requeridas.

La empresa, cuenta con apoyo por parte de sus proveedores actuales, debido a su tiempo de trabajo, con los mismos, su adecuado comportamiento financiero, y sus buenas relaciones laborales.

Actualmente, no se presenta un adecuado manejo de los inventarios, mediante el registro de cada uno de ellos, en los documentos establecidos.

La organización, no se encuentra activa en medios de comunicación, programas especializados del sector, al mismo tiempo que no realiza periódicamente, inversiones en publicidad, y herramientas tecnológicas.

Se cuenta, con factores adecuados para la comercialización de los productos en el mercado de Chile, debido a factores como, el tratado de libre comercio, su estabilidad económica, y la cantidad de potenciales clientes, para las prendas de vestir, en el país.

Se encuentra, que actualmente, la organización, no realiza el proceso, de elaboración, de colecciones, delimitado por los meses, como se encuentra establecido en el sector, a nivel internacional.

El sector textil, confecciones, en la región, se encuentra actualmente, en una situación, altamente competitiva, por diferentes mercados internacionales, los cuales hacen difícil, la operación de las empresas, dedicadas a la elaboración y comercialización de prendas de vestir.

RECOMENDACIONES

Involucrar, en mayor cantidad de diseños, los procesos característicos, de la organización, como bordados, pintado y apliques, al igual que la incorporación, de nuevas técnicas, patrones y actuales tendencias, en estos procesos.

Aplicar, los diferentes sistemas de gestión de la calidad, adecuados para la empresa, con el fin, de lograr un respaldo y certificación, de sus productos y su labor, que permitan identificarla, como una empresa confiable, en el mercado nacional, e internacional.

Actualizar, sus conocimientos de diseño, mediante todas las herramientas tecnológicas, que le permitan conocer, sobre las nuevas tendencias, los líderes, del sector, los perfiles del consumidor, los materiales innovadores, y cada uno de los avances que se obtengan, para que los productos sean actuales y se respalden, por su experiencia y durabilidad en el mercado.

Identificar, los principales mercados, a nivel nacional, para sus productos, mediante, estudios de mercadeo, análisis de información, y ayuda de entidades especializadas, para aumentar sus canales, de distribución, su producción, y sus ingresos.

Brindar, capacitaciones y actualizaciones, a todo el personal de la organización, que permitan, aumentar su desempeño en las labores a realizar, así como un adecuado trabajo de equipo, mediante cooperación y sugerencias, para el mejoramiento continuo, de cada uno de los procesos y de la empresa.

Realizar, alianzas con los proveedores de la organización, que permitan, beneficios en el ámbito financiero, generando mayores posibilidades a la empresa, para llevar a cabo, su proceso de exportación, y su comercialización, a nivel nacional, así como en el ámbito de la actualidad del mercado, gracias a sus consejos, experiencia y desarrollo en el sector.

Informar, a cada una de las personas que laboran en la organización, sobre el adecuado manejo, de los inventarios, en cada una de las labores que realizan, y revisar con constancia, el orden de ellos, permitiendo, tomarlos como una fuente de información esencial, para la empresa.

Vincular, a la organización con las entidades especializadas en el sector textil confecciones, así como incrementar su participación en medios de comunicación, publicidad y diferentes aspectos, que ayuden a la labor de la empresa.

Participar, en eventos, dirigidos, al sector de prendas de vestir, o relacionados con el arte, y el diseño, que permitan, dar a conocer sus productos, y realizar alianzas, con clientes o empresas, del mercado Chileno.

Delimitar, la importancia de las colecciones, establecidas por el sector a nivel internacional, al igual que una clara diferenciación en cada una de ellas, y su elaboración, en el tiempo apropiado, con la adecuada involucración, de las tendencias y actualidad de la moda, en esos tiempos.

Aumentar, sus ventas a nivel nacional, mediante la visita a diferentes mercados, y aumento de su portafolio de productos, que ayude a su recepción adecuada en

diferentes regiones, para brindar un apoyo, al desarrollo de la organización, a nivel nacional.

BIBLIOGRAFÍA

Cámara de comercio de Bogotá. Centro internacional de negocios, apoyo empresarial para la internacionalización, glosario de términos de comercio exterior [online]. Colombia.http://camara.ccb.org.co/documentos/5201_glosario_terminos_de_comercio_exterior.pdf.

Dirección de impuestos y aduanas de Colombia. Consulta general de la nomenclatura, servicios Muisca, Bogotá (Colombia).
<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefMenuConsultas.faces>.

Instituto de promoción de exportaciones e inversiones, Proecuador. (2014). Textiles en Chile.Ecuador.http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/2014/06/PROEC_PPM_2014_-TEXTILES_CHILE.pdf.

ISCI (Informe de moda de Inexmoda). (2014). Medellín (Colombia): Inexmoda.
<https://www.isci.inexmoda.org.co/isci>.

Gómez, Marcelo. (2006) Introducción a la metodología de la investigación científica. Argentina. Editorial Brujas. 191p.

Legis S.A. (2012). Textiles y confecciones en Colombia. Legiscomex.
[http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos% 20PDF/documento-completo-estudio-de-mercado-sector-textil-confecciones-colombia-2012-actualizado legiscomex.pdf](http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/documento-completo-estudio-de-mercado-sector-textil-confecciones-colombia-2012-actualizado-legiscomex.pdf).

Lerma Kirchner, Alejandro y Márquez Castro, Enrique. (2010). Comercio y marketing internacional. Cengage Learning Editores. 650p.

MAPFRE CREDISEGUROS S.A. (2010). Informe sector textil y confecciones colombiano. Medellín. Análisis sectorial: Marzo 2010.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2013). Sector textil y confección 2012. Proexport Colombia. http://www.slideshare.net/inviertaencolombia/perfil-textil-yconfeccion2012?from=ss_embed

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2014). Sector textil y confección 2012. Proexport Colombia. <http://www.colombiatrade.com.co/oportunidades/estudios/perfiles-pais>

Araújo Ibarra, consultores en negocios internacionales. (2008). Segundo Congreso Nacional de Zonas Francas. Bogotá. 14p.

Apéndice A

Ventas

2011	
Mes	Ventas
Enero	\$ 6.235.000
Febrero	\$ 3.125.000
Marzo	\$ 3.255.000
Abril	\$ 3.200.000
Mayo	\$ 4.250.000
Junio	\$ 3.150.000
Julio	\$ 3.800.000
Agosto	\$ 3.050.000
Septiembre	\$ 4.150.000
Octubre	\$ 3.145.000
Noviembre	\$ 5.350.000
Diciembre	\$ 18.073.000
Total	\$ 60.783.000

2012	
Mes	Ventas
Enero	\$ 12.450.500
Febrero	\$ 4.225.000
Marzo	\$ 4.245.000
Abril	\$ 9.565.000
Mayo	\$ 6.754.000
Junio	\$ 4.545.000
Julio	\$ 9.585.000
Agosto	\$ 4.753.000
Septiembre	\$ 11.855.000
Octubre	\$ 14.560.500
Noviembre	\$ 10.285.500
Diciembre	\$ 23.007.000
Total	\$ 115.830.500

2013	
Mes	Ventas
Enero	\$ 10.35000
Febrero	\$ 3.255.000
Marzo	\$ 3.450.000
Abril	\$ 3.655.000
Mayo	\$ 5.245.000
Junio	\$ 5.250.000
Julio	\$ 5.650.000
Agosto	\$ 4.245.000
Septiembre	\$ 6.450.000
Octubre	\$ 6.250.000
Noviembre	\$ 10.545.000
Diciembre	\$ 26.450.000
Total	\$ 81.480.000

Apéndice B

Estadísticas de exportaciones

Pantalones	Costa Rica	Venezuela	México	Ecuador	Estados Unidos	Perú	República Dominicana	Bolivia	Panamá	Alemania	Otros	TOTAL	
2010	194,68	567,12	382,01	265,99	1.169,76	152,89	23,14	20,42	48,42	0,57	194,9	3.019,92	
2011	951,54	800,26	586,14	317,39	1.078,00	253,41	17,88	20,17	29,38	1,44	105,5	4.161,15	
2012	797,56	708,38	478,06	283,49	205,45	69,68	23,45	22,79	18,53	12,71	53,64	2.673,72	
												9.854,79	Media
Camisa	México	Venezuela	Ecuador	Costa Rica	Perú	España	Estados Unidos	Panamá	Guatemala	Bolivia	Otros	TOTAL	
2010	2.078,34	1.832,16	722,24	567,43	403,76	262,29	188,98	106,89	4	33,13	88,73	6.287,97	
2011	1.858,75	1.480,68	1.050,07	532,35	270,15	700,19	170,72	114,01	19,51	43,67	112,7	6.352,83	
2012	1.581,68	1.530,88	1.042,07	350,21	337,58	143,86	113,91	37,87	25,61	23,49	74,22	5.261,38	
												17.902,18	Alta
Falda	Venezuela	Costa Rica	Ecuador	México	Estados Unidos	España	Perú	Panamá	República Dominicana	Guatemala	Otros	TOTAL	
2010	61,82	4,53	22,95	14,43	3,62	2,13	18,54	0,62	0,12	0,88	4,05	133,69	
2011	110,1	76,49	46,6	20,04	9,3	0,36	35,37	0,41	0,51	1,16	4,37	304,71	
2012	46,18	44,12	34,34	16,57	7,65	5,55	3,89	3,37	2,3	0,6	1,52	166,09	
												604,49	Baja
Vestido	México	Venezuela	Ecuador	Costa Rica	Estados Unidos	Perú	Panamá	República Dominicana	Guatemala	España	Otros	TOTAL	
2010	342,7	17.239,23	173,92	101,03	84,74	158,81	36,37	15,15	2.762,53	9,49	67,18	20.991,15	

2011	357,89	312,85	256,49	154,33	59,19	249,85	18,15	13,3	8,46	39,68	131,3	1.601,47	
2012	243,95	233,68	163,28	128,7	124,34	43,97	27,61	11,3	6,9	6,18	36,61	1.026,51	
												23.619,13	Alta
Conjunto	Venezuela	México	Ecuador	Costa Rica	Puerto Rico	Estados Unidos	Panamá	España	Perú	Aruba	Otros	TOTAL	
2010	1.009,55	14,18	61,28	17,74	1,88	29,79	15,5	2,65	28,12	1,29	21,27	1.203,26	
2011	1.031,88	132,03	63,51	22,06	0	17,6	8,11	0	0,29	0,8	5,27	1.281,57	
2012	605,22	76,32	37,93	6,33	6,08	5,23	2,81	2,17	0,43	0,07	0	742,6	
												3.227,43	Media
Blusa	México	Venezuela	Ecuador	Costa Rica	Perú	España	Estados Unidos	Panamá	Guatemala	Bolivia	Otros	TOTAL	
2010	2.078,34	1.832,16	722,24	567,43	403,76	262,29	188,98	106,89	4	33,13	88,73	6.287,97	
2011	1.858,75	1.480,68	1.050,07	532,35	270,15	700,19	170,72	114,01	19,51	43,67	112,7	6.352,83	
2012	1.581,68	1.530,88	1.042,07	350,21	337,58	143,86	113,91	37,87	25,61	23,49	74,22	5.261,38	
												17.902,18	Alta
Chaqueta	Venezuela	Estados Unidos	Costa Rica	México	Ecuador	Antillas Holandesas	Panamá	Aruba	República Dominicana	Bolivia	Otros	TOTAL	
2010	11,35	14,1	4,06	20,84	13,39	0	3,75	0	0	1,54	17,15	86,17	
2011	21,46	78,69	7,54	20,68	25,47	0,46	1,45	0	0,07	0,78	17,89	174,49	
2012	77,45	16,99	13,67	10,85	10,14	4,19	3,59	1,37	0,94	0,65	2,03	141,86	
												402,52	Baja

Apéndice C

Matriz logística

Matriz logística						
País	Acceso marítimo	Acceso aéreo	Tarifas Aéreas	Tarifas marítimas	Frecuencia aérea	Frecuencia marítima
Argentina	1. Más de 30 puertos 2. El comercio entre Colombia y Argentina se realiza a través del Puerto de Buenos Aires 3. Servicio directo desde la Costa Atlántica, 20 días en adelante de duración, a través de 5 navieras	1. 32 aeropuertos 2. Vuelos desde Bogotá a Buenos Aires, con conexiones en Ciudad de Panamá, Miami y Lima.	Carga mínima aproximadamente desde 100 USD Carga -45 Kg, desde 4 USD, de recargo Carga +45 Kg, desde 5 USD, de recargo Carga +100 Kg, desde 3 USD Carga +300, 2USD	Carga suelta mínima, desde 100 USD Contenedores 20 pies aproximadamente desde, 700- 1200 USD, hasta 2600 USD Contenedores 40 pies aproximadamente desde, 1200 USD, hasta 2600 USD	Conexión Estados Unidos, Miami, lunes a sábado	Semanal

<p>Bolivia</p>	<p>1. A través del Océano Pacífico y Atlántico 2. Algunas veces se presenta extensión terrestre 3. Los tiempos de tránsito van desde 10 hasta 23 días</p>	<p>1. Más de 16 aeropuertos 2. Se presentan desde Bogotá a la Paz, y Santa Cruz, con conexión en Miami y Lima</p>	<p>Carga mínima, desde 100 a 200 USD Carga-45Kg, desde 7 USD Carga+45Kg, desde 5 USD Carga +100Kg, 4 a 5 USD Carga+300Kg, 4 a 5 USD Carga+500Kg, 3 a 4 USD</p>	<p>Carga suelta mínima, desde 225 USD Contenedores 20 pies aproximadamente desde, 2000 USD, hasta 2500 USD Contenedores 40 pies aproximadamente 3000 USD</p>	<p>Conexión Miami, Estados Unidos, lunes a sábado</p>	<p>Semanal</p>
<p>Brasil</p>	<p>1. Más de cinco navieras en óptimo funcionamiento 2. Conexiones desde la Costa Atlántica y Pacífica</p>	<p>1. Amplia oferta aérea 2. 5 aerolíneas con servicio de carga 3. Más de 4 aerolíneas con cupos de cargas, en aviones para pasajeros</p>	<p>Carga mínima, desde 300 USD Carga-45Kg, desde 7 USD Carga+45Kg, desde 5 USD Carga +100Kg, 4 a 5 USD Carga+300Kg, 4 a 5 USD Carga+500Kg, 3 a 4 USD</p>	<p>Carga suelta mínima, desde 85 USD Contenedores 20 pies aproximadamente desde, 500 USD, hasta 1600 USD Contenedores 40 pies aproximadamente 750 a 1050 USD</p>	<p>Conexión Estados Unidos, lunes a viernes Conexión Miami, frecuencia diaria</p>	<p>Semanal, en su mayoría con conexiones</p>

<p>Chile</p>	<p>1. Más de 24 puertos habilitados 2. 13 navieras 3. Tiempo de tránsito entre 10 a 20 días, desde la Costa Atlántica y desde Buenaventura, de 6 a 14 días 4. Posibilidades de embarcar carga suelta</p>	<p>1. 7 aeropuertos, más los aeropuertos de Policía, Aduana, y Servicio Agrícola Ganadero 2. 22 aerolíneas de carga 3. Vuelos directos solo para pasajeros, conexiones desde Bogotá, Cali y Medellín, con conexiones en Ciudad de Panamá, Buenos Aires, Miami y Lima</p>	<p>Carga mínima, desde 100 a 200 USD Carga-45Kg, desde 5.28 USD Carga+45Kg, desde 3.48 USD Carga +100Kg, 3 a 6 USD Carga+300Kg, 3 a 6 USD Carga+500Kg, 2 a 6 USD</p>	<p>Carga suelta mínima, desde 100 USD Contenedores 20 pies aproximadamente desde, 450 USD, hasta 1100 USD Contenedores 40 pies aproximadamente desde, 600 USD, hasta 1400 USD</p>	<p>Diaria, sin conexión Domingo y jueves, sin conexión Conexión Lima, Perú, lunes, martes, jueves, viernes, sábado y domingo</p>	<p>Semanal</p>
<p>Costa Rica</p>	<p>1. Más de cinco navieras con servicios desde la Costa Caribe 2. Más de cinco navieras con servicios desde la Costa Atlántica</p>	<p>1. Más de cuatro aerolíneas con servicios solo para carga 2. Mas de tres aerolíneas con cupos de carga en servicios para pasajeros</p>	<p>Carga mínima, desde 60 a 100 USD Carga-45Kg, desde 3 USD Carga+45Kg, desde 2 USD Carga +100Kg, 1 a 2 USD Carga+300Kg, 1 a 2 USD Carga+500Kg, 1 a 2 USD</p>	<p>Carga suelta mínima, desde 60 USD Contenedores 20 pies aproximadamente desde, 700 USD, hasta 1600 USD Contenedores 40 pies aproximadamente desde 500, hasta 1800 USD</p>	<p>Frecuencia diaria, conexión Panamá Lunes a sábado, conexión Miami</p>	<p>Semanal, seis rutas de forma directa</p>

<p style="text-align: center;">Cuba</p>	<p>1. Más de cinco navieras, desde la Costa Caribe 2. Más de dos navieras, desde la Costa Atlántica 3. Tiempo de tránsito desde la Costa Atlántica de 8 días directo y 13 días con conexiones 4. Desde la Costa Pacífica, tiempo de tránsito de aproximadamente, 18 días</p>	<p>1. Más de una aerolínea con servicio exclusivo de carga, y más de cinco aerolíneas con cupo para carga, en servicios para pasajeros 2. Vuelos directos con duración de tres horas y vuelos con conexión con duración de 5 horas, aproximadamente</p>	<p>Carga mínima, desde 70 a 85 USD Carga-45Kg, desde 3 USD Carga+45Kg, desde 3 USD Carga +100Kg, 1 a 2 USD Carga+300Kg, 1 a 2 USD Carga+500Kg, 1 a 2 USD</p>	<p>Carga suelta mínima, desde 180 USD Contenedores 20 pies aproximadamente desde, 1100 USD, hasta 1400 USD Contenedores 40 pies aproximadamente desde 1800, hasta 2000 USD</p>	<p>Lunes, miércoles y viernes y sábado, sin conexiones Diario, conexión en Panamá</p>	<p style="text-align: center;">Semanal</p>
<p style="text-align: center;">Ecuador</p>	<p>1. 5 puertos estatales 2. 10 muelles privados 3. Desde el Atlántico hasta Guayaquil, 3 servicios directos, tiempo estimado de 4 a 5 días, y una naviera que realiza conexión en Panamá, con tiempo de 10 días 4. Buenaventura, hasta Guayaquil 8 servicios directos, tiempo de 1 a 3 días, y una naviera conexión en Panamá, tiempo de 2 días</p>	<p>1. 428 aeropuertos, de los cuales, 323 se encuentran sin pavimentar y 105, cuenta con una pista pavimentada 2. 5 aerolíneas servicios de carga directos y con escala</p>	<p>Carga mínima, desde 60 a 200 USD Carga+45Kg, desde 2 USD Carga +100Kg, 1 a 4 USD Carga+300Kg, 4 USD Carga+500Kg, 3 a 4 USD</p>	<p>Carga suelta mínima, desde 50 USD Contenedores 20 pies aproximadamente desde, 400 USD, hasta 1100 USD Contenedores 40 pies aproximadamente desde, 550 USD, hasta 1300 USD</p>	<p>Diaria, sin conexión Conexión Panamá, lunes a sábado Conexión Miami, Estados Unidos, lunes a sábado</p>	<p style="text-align: center;">Semanal</p>

<p>El Salvador</p>	<p>1. Infraestructura portuaria limitada 2. Servicios semanales para la realización del transporte 3. Desde la Costa Atlántica y Buenaventura, servicios con conexión 4. Tiempo de tránsito de 6 a 19 días</p>	<p>1. 75 aeropuertos, solo 4 de ellos en condiciones óptimas de operación 2. Transporte semanal, con conexiones en Estados Unidos, Costa Rica, Guatemala, Panamá y Perú</p>	<p>Carga mínima, desde 60 a 200 USD Carga+45Kg, desde 2 USD Carga +100Kg, 4 USD Carga+300Kg, 4 USD Carga+500Kg, 3 a 4 USD</p>	<p>Contenedores 20 pies aproximadamente desde, 800 USD, hasta 1600 USD Contenedores 40 pies aproximadamente desde, 1200 USD, hasta 1900 USD</p>	<p>Diaria, conexión Panamá Diaria, conexión Guatemala Conexión Miami, Estados Unidos, lunes a sábado</p>	<p>Semanal</p>
<p>España</p>	<p>1. 9 navieras, con servicios desde la Costa Pacífica 2. 4 navieras, con servicios desde la Costa Atlántica 3. Tiempo aproximado de 12 días desde la Costa Atlántica, con servicio directo y 15 días con servicio con conexión 4. Tiempo aproximado de 15 días, con servicio con conexión desde la Costa Pacífica</p>	<p>1. 5 aerolíneas con servicios exclusivos de carga 2. 12 aerolíneas con cupos para cargas, en servicios para pasajeros 3. Tiempo de duración de vuelos directos, de 3 horas y vuelos con conexión de 16 horas, aproximadamente</p>	<p>Carga mínima, desde 80 USD Carga-45Kg, desde 2 a 3 USD Carga+45Kg, desde 2 USD Carga +100Kg, 1 a 2 USD Carga+300Kg, 1 a 2 USD Carga+500Kg, desde 1 USD</p>	<p>Carga suelta mínima, desde 120 USD Contenedores 20 pies aproximadamente desde, 1100 USD, hasta 1300 USD Contenedores 40 pies aproximadamente desde 500 a 1600 USD</p>	<p>Lunes a sábado, conexión Miami, Estados Unidos Viernes y domingo, conexión Luxemburgo Para el día domingo, conexión con La Habana, Cuba Frecuencia diaria, conexión con Ámsterdam, países bajos Miércoles y jueves, Frankfurt, Alemania Frecuencia diaria, conexión Memphis, Estados Unidos</p>	<p>Frecuencia semanal, 5 servicios directos</p>

<p>Estados Unidos</p>	<p>1. Más de 18 navieras que conectan a Colombia, con la Costa Este, El Golfo y la Costa Oeste 2. Tiempos de tránsito desde 8 a 17 días, aproximadamente</p>	<p>1. 7 aerolíneas con servicio de carga 2. 6 aerolíneas con servicio de cargas, en vuelos para pasajeros</p>	<p>Carga mínima, desde 60 a 200 USD Carga-45Kg, desde 2 USD Carga+45Kg, desde 2 USD Carga +100Kg, 2 a 4 USD Carga+300Kg, 2 a 4 USD Carga+500Kg, 1 a 3 USD</p>	<p>Carga suelta mínima, desde 140 USD Contenedores 20 pies aproximadamente desde, 800 USD, hasta 1200 USD Contenedores 40 pies aproximadamente desde 800 hasta 1600 USD</p>	<p>Frecuencia diaria, servicio directo Lunes a sábado, conexión en Panamá</p>	<p>Para la Costa Oeste, frecuencia semanal, 10 servicios con conexiones, 7 servicios directos Para la Costa Este, 31 servicios directos, frecuencia semanal</p>
<p>Honduras</p>	<p>1. Más de 9 navieras que conectan a Colombia, con Honduras 2. Tiempos de tránsito de 5 a 14 días, aproximadamente</p>	<p>1. Más de 4 aerolíneas con servicio de carga 2. Mas de 4 aerolíneas con servicios de carga, en vuelos para pasajeros</p>	<p>Carga mínima, desde 110 a 210 USD Carga+45Kg, desde 4 USD Carga +100Kg, 3 USD Carga+300Kg, 2 a 3 USD Carga+500Kg, 2 a 3 USD</p>	<p>Carga suelta mínima, desde 100 USD Contenedores 20 pies aproximadamente desde, 250 USD, hasta 450 USD Contenedores 40 pies aproximadamente desde 700 hasta 1050 USD</p>	<p>Martes, miércoles, jueves y viernes, conexión en Panamá Lunes a sábado, conexión en Panamá y Guatemala, El Salvador y Estados Unidos</p>	<p>Frecuencia semanal, dos servicios directos, 9 servicios con conexiones</p>

<p>México</p>	<p>1. 22 puertos óptimo funcionamiento 2. 4 servicios directos, 6 a 18 días, desde Costa Atlántica, hasta los puertos Altamira, Veracruz y Progreso en el golfo de México y 3 navieras con viajes con conexión 3. Desde Buenaventura, 2 navieras, conexión en Panamá 4. Desde la Costa Atlántica, hasta la Costa Pacífica mexicana, se cuenta con 3 navieras, 2 directas y 1 que realiza conexión</p>	<p>1. 82 aeropuertos, 48 cuentan con servicio aduanero 2. Trayectos directos, conexiones en aeropuertos de Estados Unidos, Costa Rica y Panamá</p>	<p>Carga mínima, desde 60 a 200 USD Carga+45Kg, desde 4 USD Carga +100Kg, 3 a 4 USD Carga+300Kg, 4 USD Carga+500Kg, 3 a 4 USD</p>	<p>Contenedores 20 pies aproximadamente desde, 300 USD, hasta 1300 USD Contenedores 40 pies aproximadamente desde, 700 USD, hasta 1700 USD</p>	<p>Conexión Memphis, Estados Unidos, diaria Sin conexión, miércoles y domingo Conexión Panamá, Guatemala, lunes a sábado Conexión Miami, Estados Unidos, martes a sábado</p>	<p>Semanal</p>
<p>Nicaragua</p>	<p>1. Más de 6 navieras, que conectan desde la Costa Atlántica y Pacífica, con Nicaragua 2. Tiempos de tránsito desde, 6 a 17 días, no se presentan servicios directos, todos incluyen conexiones</p>	<p>1. Más de 2 aerolíneas con servicios de carga 2. Más de 3 aerolíneas con cupos de carga, en servicios para pasajeros</p>	<p>Carga mínima, desde 100 a 200 USD Carga-45Kg, desde 2 USD Carga+45Kg, desde 2 hasta 3 USD Carga +100Kg, 2 a 3 USD Carga+300Kg, 2 a 4 USD Carga+500Kg, 1 a 3 USD</p>	<p>Contenedores 20 pies aproximadamente desde, 1200 USD, hasta 1500 USD Contenedores 40 pies aproximadamente desde 1450 hasta 2500 USD</p>	<p>Miércoles, sábado y domingo, conexión con Panamá Frecuencia diaria, conexión con Miami</p>	<p>Frecuencia, semanal, solo presenta servicios con conexiones</p>

<p>Panamá</p>	<p>1. 35 puertos y muelles 2. 5 compuestos con todas las facilidades modernas de manejo de carga 3. 12 navieras todas en servicio directo 4. 3 días de tránsito desde Buenaventura, hacia Colon y Ciudad de Panamá 5. Desde la Costa Atlántica, tiempo de tránsito de 1 día</p>	<p>1. 27 aeródromos públicos y 41 privados 2. Salida desde Bogotá, Medellín, Barranquilla y Cali 3. 5 aerolíneas de servicio directo 4. 1 aerolínea que presenta conexión</p>	<p>Carga mínima, desde 60 a 80 USD Carga-45Kg, desde 3 USD Carga+45Kg, 1 a 2 USD Carga +100Kg, 1 a 2 USD Carga+300Kg, 1 a 2 USD Carga+500Kg, 1 a 2 USD</p>	<p>Contenedores 20 pies aproximadamente desde, 450 USD, hasta 1000 USD Contenedores 40 pies aproximadamente desde, 275 USD, hasta 1400 USD</p>	<p>Sin conexión, diaria</p>	<p>Semanal</p>
<p>Paraguay</p>	<p>1. Más de 2 navieras, con servicios desde Colombia 2. El servicio es prestado hasta un puerto vecino, ubicado en Brasil, del cual se traslada la carga, por vías terrestres 3. Tiempos de tránsito, de 30 a 46 días aproximadamente</p>	<p>1. 2 aerolíneas, con servicio de carga 2. 2 aerolíneas con cupos para carga, en vuelos para pasajeros, con servicios con conexiones</p>	<p>Carga mínima, desde 95 USD Carga-45Kg, desde 4 USD Carga+45Kg, desde 3 USD Carga +100Kg, 3 a 4 USD Carga+300Kg, 2 a 4 USD Carga+500Kg, desde 2 USD</p>	<p>Contenedores 20 pies aproximadamente desde, 2100 USD, hasta 2400 USD Contenedores 40 pies aproximadamente desde 3400, hasta 3800 USD</p>	<p>Lunes a sábado, con conexión en Miami Lunes y Jueves, sin conexión</p>	<p>Frecuencia semanal, solo se presenta el servicio, con conexiones</p>

<p>Perú</p>	<p>1. 14 puertos 2. Gran mayoría de opciones, presenta viaje directo 3. Con tiempo de tránsito de 7 a 10 días 4. 7 navieras desde Buenaventura y 4 desde la Costa Atlántica y 3 navieras que realizan conexiones en Panamá</p>	<p>1. 211 aeropuertos 2. Servicios desde Bogotá, Medellín y Cali 3. 2 aerolíneas que presentan vuelos directos, y 2 más con trayecto en Estados Unidos, y Panamá</p>	<p>Carga mínima, 100 USD Carga-45Kg, desde 6 USD Carga+45Kg, desde 4 USD Carga +100Kg, 3 USD Carga+300Kg, 2 USD Carga+500Kg, 2 USD</p>	<p>Contenedores 20 pies aproximadamente desde, 450 USD, hasta 1200 USD Contenedores 40 pies aproximadamente desde, 540 USD, hasta 1600 USD</p>	<p>Sin conexión, domingo, lunes y jueves Conexión Miami, Estados Unidos, lunes a sábado</p>	<p>Semanal</p>
<p>Puerto Rico</p>	<p>1. Más de diez navieras en funcionamiento, desde la Costa Caribe 2. Más de cuatro navieras, desde la Costa Atlántica 3. Tiempos de tránsito de 3 a 13 días, aproximadamente</p>	<p>1. Más de 3 aerolíneas Con servicios de carga 2. Más de tres aerolíneas, con cupos de carga, en vuelos para pasajeros 3. Tiempo de tránsito de aproximadamente, 5 horas</p>	<p>Carga mínima, desde 110 a 200 USD Carga+45Kg, desde 4 USD Carga +100Kg, 2 a 4 USD Carga+300Kg, 2 a 4 USD Carga+500Kg, 1 a 3 USD</p>	<p>Contenedores 20 pies aproximadamente desde, 1100 USD, hasta 1600 USD Contenedores 40 pies aproximadamente desde 1500, hasta 1800 USD</p>	<p>Presenta un servicio directo, para el día domingo Lunes a sábado, con conexiones en Memphis y Miami, Estados Unidos</p>	<p>Frecuencia semanal, rutas directas y con conexiones</p>

<p>República Dominicana</p>	<p>1. 11 puertos marítimos 2.Desde Colombia se dirige a 3 puertos principales, como son Rio Haina, Boca Chica y Caucedo 3. 9 navieras con viajes directos y tiempos de tránsito de 2 a 5 días 4. 4 navieras, con cambio de Buque, desde la Costa Atlántica, tiempo de tránsito de 12 días 5. Desde Buenaventura 3 navieras, con tiempo de tránsito de 13 días</p>	<p>1. 7 aerolíneas 2. Posibilidad de cupo en aviones de pasajeros y de carga 3. Frecuencia de transporte, diaria o varios días a la semana</p>	<p>Carga mínima, 100 USD Carga +1Kg, 1 USD Carga +100Kg, 2 a 3 USD Carga+300Kg, 2 USD Carga+500Kg, 2 USD</p>	<p>Contenedores 20 pies aproximadamente desde, 400 USD, hasta 900 USD Contenedores 40 pies aproximadamente desde, 550 USD, hasta 1400 USD</p>	<p>Diaria, con conexión en Panamá Directa, lunes Lunes a sábado, conexión Venezuela, Aruba Miércoles, viernes y sábado, conexión Perú</p>	<p>Semanal</p>
------------------------------------	---	--	--	--	--	----------------

<p style="text-align: center;">Uruguay</p>	<p>1. Más de tres navieras, que conectan con Colombia, actualmente 2. Tiempos de tránsito con conexión, desde la Costa Atlántica de aproximadamente, 25 días y desde la Costa Pacífica de 36 días</p>	<p>1. Más de cuatro aerolíneas con servicio de carga 2. Más de cuatro aerolíneas, con cupo de carga, en vuelos para pasajeros 2. Tiempo de tránsito de aproximadamente, 9 horas</p>	<p>Carga mínima, desde 100 a 110 USD Carga-45Kg, desde 6 USD Carga+45Kg, desde 6 USD Carga +100Kg, 3 a 4 USD Carga+300Kg, 2 a 4 USD Carga+500Kg, 2 a 4 USD</p>	<p>Contenedores 20 pies aproximadamente desde, 700 USD, hasta 1400 USD Contenedores 40 pies aproximadamente desde 1200, hasta 2000 USD</p>	<p>Lunes, miércoles, viernes y domingo, conexión en Buenos Aires, Argentina Lunes a sábado, conexión con Miami, Estados Unidos</p>	<p>Semanal, 4 rutas con conexión, una sola ruta directa, con 35 días aproximadamente de tránsito</p>
<p style="text-align: center;">Venezuela</p>	<p>1. Más de 10 navieras 2. Desde la Costa Atlántica, tiempo de tránsito de 2 a 3 días 3. Desde la Costa Pacífica de 8 a 12 días</p>	<p>1. Más de 6 aerolíneas con servicio de carga 2. Más de 3 aerolíneas con cupos de carga, en aviones de pasajeros 3. Viajes con tiempo de tránsito de 2, a 4 horas</p>	<p>Carga mínima, 200 USD Carga+45Kg, 4 a 6 USD Carga +100Kg, 4 a 6 USD Carga+300Kg, 3 a 4 USD Carga+500Kg, 2 USD</p>	<p>Contenedores 20 pies aproximadamente desde, 300 USD, hasta 1200 USD Contenedores 40 pies aproximadamente desde, 400 USD, hasta 2400 USD</p>	<p>Sin conexión, martes a domingo Conexión Buenos Aires, Argentina, lunes, miércoles, viernes y domingo Conexión Memphis, Estados Unidos, diaria Conexión Miami, Estados Unidos, lunes a sábado</p>	<p>Semanal</p>

Apéndice D

Matriz selección países

País No. 1: Chile					
		<u>Información</u>	<u>Peso</u>	<u>Calificación</u>	<u>Ponderación</u>
<u>Cultura</u>	Idioma	Español	0,005	5	0,025
	Religión	Católica	0,05	5	0,25
	Cultura de negocios	1. Importante intercambio de tarjetas personales 2. Cordialidad 3. Puntualidad 4. Respeto por los valores y principios 5. Inadecuado el uso de políticas fuertes y agresivas 6. Conveniente la presentación de financiación 7. Ofrecer un servicio al cliente luego de realizar el acuerdo	0,04	5	0,2
	Total		0,095	15	0,475
<u>Indicadores económicos</u>	Pib	\$269,9 mil millones	0,04	3	0,12
	Pib pércapita (USD)	11,929	0,02	4	0,08
	Crecimiento Pib	5,20%	0,005	5	0,025
	Balanza comercial	Presenta un superávit de 792 millones de dólares, con un aumento de importaciones del 6 %, y una disminución en exportaciones del 4 %	0,02	3	0,06
	Moneda	Peso Chileno (1 peso colombiano: 0,29 pesos chilenos)	0,005	4	0,02
	Total		0,09	19	0,305
<u>Población</u>	Población total	17.067.369	0,03	3	0,09
	Crecimiento poblacional	0,97%	0,005	2	0,01
	Población activa laboralmente	8.458.204	0,004	2	0,008
	Población femenina	51,37%	0,004	4	0,016
	Total		0,043	11	0,124
<u>Situación política</u>	Tipo de gobierno	Transición a la democracia, después de diecisiete años, actualmente implementada mediante elecciones presidenciales	0,004	5	0,02
	Duración del período de gobierno	4 años	0,005	5	0,025
	Relaciones bilaterales	Alto dinamismo y diálogo político, gracias al acuerdo de libre comercio, se cuenta con un socio comercial de amplia trayectoria, al igual que el establecimiento de Colombia como el principal destino de la inversión extranjera de Chile, actualmente	0,03	5	0,15

	Total		0,039	15	0,195
Comercio internacional	Total de exportaciones desde Colombia	US\$ 1.571 millones	0,03	5	0,15
	Total de exportaciones desde Colombia, de la partida arancelaria	26,28 miles de dólares	0,04	2	0,08
	Total de importaciones del país	74.990 millones de dólares	0,03	4	0,12
	Total de importaciones de la partida arancelaria	6.455.607,76, Ene - Dic 2013 (CIF, dólares)	0,04	2	0,08
	Competencia internacional	Colombia ocupa, el lugar número seis en la lista de exportadores a Chile, antecedido por Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay, y por último Bolivia	0,03	3	0,09
	Competencia nacional	Grandes almacenes de cadena posicionados, que dan ofertas de pago, y financiación mediante la aplicación de los servicios financieros ofrecidos por los mismos, en la actualidad se cuenta con cuatro almacenes de cadena posicionados en el mercado	0,03	3	0,09
	Total		0,2	19	0,61
Actualidad del mercado	Actualidad del mercado	1. País altamente globalizado, con 20 tratados de libre comercio, con acceso a 57 mercados 2.El consumidor chileno, se caracteriza por mantenerse a la moda internacional, con conocimiento por las marcas y precios del mercado 3. Aproximadamente el 57% de los gastos, están destinados a calzado y ropa	0,004	3	0,012
	Ferias especializadas	International Fashion Show, Ropero Paula	0,005	3	0,015
	Medios de comunicación	Chile cuenta con ocho canales principales, 9 empresas de prensa escrita, 2 prensas digitales, y 26 cadenas web de radio aproximadamente	0,0052	4	0,0208
	Total		0,0142	10	0,0478
Condiciones de acceso al mercado	Gravamen arancelario	No aplica	0,03	5	0,15
	IVA	No aplica	0,02	5	0,1
	Acuerdos internacionales	TLC, Vigente	0,07	5	0,35
	Otros impuestos	No aplica	0,005	5	0,025
	Normas requeridas	Debe ser clasificado el producto como mercancía originaria	0,005	4	0,02
	Modalidad de pago	Se utilizan tres modalidades, carta de pago, cobranza bancaria, cobranza directa o pago contado(anticipado)	0,03	4	0,12
	Total		0,16	28	0,765

Transporte marítimo	Cantidad de navieras	13	0,05	4	0,2
	Flete establecido	Contenedor 20', aproximadamente 450 USD	0,045	4	0,18
	Frecuencia disponible	Semanal	0,045	5	0,225
	Tiempo de tránsito	6 a 20 días	0,055	4	0,22
	Rutas de acceso	Atlántico y Pacífico	0,003	5	0,015
	Subtotal		0,198	22	0,84
Transporte aéreo	Cantidad de aerolíneas	22	0,055	5	0,275
	Flete establecido	Carga mínima, aproximadamente 100 USD	0,055	5	0,275
	Frecuencia disponible	Diaria	0,045	5	0,225
	Tiempo de tránsito	1 día	0,0028	5	0,014
	Características	Vuelos directos, solo para pasajeros	0,003	3	0,009
	Subtotal		0,1608	23	0,798
	Total transportes		0,3588	45	1,638
	Total final		1	162	4,1598

País No. 2: Ecuador					
		Información	Peso	Calificación	Ponderación
Cultura	Idioma	Español	0,005	5	0,025
	Religión	Católica	0,05	5	0,25
	Cultura de negocios	1. Contar con una empresa local, que preste sus servicios de conexión 2. Agendar reuniones con dos semanas de anticipación y confirmación necesaria 3. Mantener un tono de voz suave 4. No cambiar las personas involucradas en la negociación 5. No es de suma importancia la puntualidad, se pueden presentar de 15 a 20 minutos de retraso	0,04	4	0,16
	Total		0,095	14	0,435
Indicadores económicos	Pib	65.945 millones USD	0,04	1	0,04
	Pib per cápita	4,517 USD	0,02	2	0,04
	Crecimiento Pib	4,80%	0,005	4	0,02
	Balanza comercial	Déficit comercial de 142 millones USD, debido a una disminución en las exportaciones de 7,1% y un aumento en las importaciones de 4,7%, así mismo la balanza no petrolera se ha cerrado con un déficit de 28.000 millones de USD	0,02	3	0,06
	Moneda	Actualmente dólar estadounidense, sustituyendo al Sucre (1 peso colombiano: 0.0005 dólares, aproximadamente)	0,005	2	0,01
	Total		0,09	12	0,17
Población	Población total	14.67 millones	0,03	3	0,09
	Crecimiento poblacional	2,50%	0,005	4	0,02
	Población activa laboralmente	7.387.243	0,004	2	0,008
	Población femenina	50%	0,004	4	0,016
	Total		0,043	13	0,134
Situación política	Tipo de gobierno	Denominado por el proceso electoral, mediante el cual se eligen presidente, vicepresidente, asambleístas nacionales y provinciales, y parlamentarios andinos	0,004	5	0,02
	Duración del período de gobierno	4 años	0,005	5	0,025
	Relaciones bilaterales	Relación de cortesía, de utilización de la vía diplomática, cooperación en desarrollo fronterizo, migraciones, lucha contra el tráfico de estupefacientes, cooperación técnica, y desplazamientos	0,03	3	0,09
	Total		0,039	13	0,135
Comercio internacional	Total de exportaciones desde Colombia	US\$ 1.974 millones	0,03	5	0,15
	Total de exportaciones desde Colombia, de la partida arancelaria	658,44 miles de dólares	0,04	4	0,16
	Total de importaciones del país	24.000 millones de dólares	0,03	3	0,09

	Total de importaciones de la partida arancelaria	15.065.760 USD, CIF	0,04	3	0,12
	Competencia internacional	Estados Unidos, es el principal exportador a Ecuador, seguido por Colombia, Brasil, Argentina y México	0,03	4	0,12
	Competencia nacional	A pesar, de que actualmente el mercado se encuentra ocupado en gran parte por las prendas de vestir provenientes de China, se cuenta con siete empresas sólidas que son reconocidas por su trayectoria y calidad en el mercado ecuatoriano	0,03	4	0,12
	Total		0,2	23	0,76
Actualidad del mercado	Actualidad del mercado	No tiene en cuenta como característica principal la moda de las prendas, su acceso no se presenta en un grado de dificultad alta, debido a que la mayoría de productos no poseen un valor agregado alto	0,004	4	0,016
	Ferias especializadas	Xpotex-capeipi, vitrina comercial para el sector textil	0,005	2	0,01
	Medios de comunicación	Cuenta actualmente, con cuatro medios impresos, cinco estaciones de radio y cinco cadenas de televisión	0,0052	3	0,0156
	Total		0,0142	9	0,0416
Condiciones de acceso al mercado	Gravamen arancelario	Certificado de origen, para no pagar arancel	0,03	5	0,15
	IVA	12%	0,02	3	0,06
	Acuerdos internacionales	Comunidad Andina - CAN, Vigente	0,07	5	0,35
	Otros impuestos	0,5%, Fondo a la infancia	0,005	5	0,025
	Normas requeridas	Certificado de origen	0,005	4	0,02
	Modalidad de pago	Pago con crédito directo, 90 días o más	0,03	3	0,09
	Total		0,16	25	0,695
Transporte marítimo	Cantidad de navieras	18	0,05	5	0,25
	Flete establecido	Contenedor 20', aproximadamente 400 USD	0,045	5	0,225
	Frecuencia disponible	Semanal	0,045	5	0,225
	Tiempo de tránsito	1 a 15 días	0,055	5	0,275
	Rutas de acceso	Desde la Costa Atlántica, hasta Guayaquil, servicios directos o complementarios con conexiones en Panamá, y desde Buenaventura hacia Guayaquil, Barranquilla, Cartagena y Santa Marta	0,003	5	0,015
	Subtotal		0,198	25	0,99
Transporte aéreo	Cantidad de aerolíneas	8	0,055	3	0,165
	Flete establecido	Carga mínima, aproximadamente 210 USD	0,055	4	0,22
	Frecuencia disponible	Diarias	0,045	5	0,225
	Tiempo de tránsito	1 día	0,0028	5	0,014
	Características	Vuelos directos para carga y pasajeros	0,003	4	0,012
	Subtotal		0,1608	21	0,636
	Total transportes		0,3588	46	1,626
	Total final		1	155	3,9966

País No. 3: México					
		Información	Peso	Calificación	Ponderación
Cultura	Idioma	Español	0,005	5	0,025
	Religión	Católica	0,05	5	0,25
	Cultura de negocios	1. De mayor importancia, relacionarse adecuadamente, que demostrar experiencia 2. Importante la estructura jerárquica de cada una de las empresas 3. Tarejetas de visita, en español e inglés 4. Importante presentar un amplio margen de negociación 5. Dos semanas de antelación para reuniones 6. Es importante ser presentado por una conexión, que facilite los términos de negociación	0,04	4	0,16
	Total		0,095	14	0,435
Indicadores económicos	Pib	16,077 billones	0,04	5	0,2
	Pib per cápita	10.498,42	0,02	3	0,06
	Crecimiento Pib	3,10%	0,005	3	0,015
	Balanza comercial	Presentó para el año 2013, un saldo de -1.008,9, aumentando considerablemente en sus importaciones, debido a que la diferencia del año 2012, era significativamente menor, siendo de -46	0,02	3	0,06
	Moneda	Peso Mexicano, dividido en 100 centavos, (1 peso colombiano: 0,006 pesos mexicanos)	0,005	3	0,015
Total		0,09	17	0,35	
Población	Población total	118.395.054	0,03	5	0,15
	Crecimiento poblacional	1,20%	0,005	3	0,015
	Población activa laboralmente	52.847.521	0,004	5	0,02
	Población femenina	63,84%	0,004	5	0,02
	Total		0,043	18	0,205
Situación política	Tipo de gobierno	República representativa, democrática, laica, federal, compuesta de estados libres y soberanos, en todo lo concerniente a su régimen interior	0,004	5	0,02
	Duración del período de gobierno	3 años	0,005	5	0,025
	Relaciones bilaterales	Enfocados en las relaciones bilaterales con E.E.U.U y América Latina, más del 70% de su comercio exterior, agenda política y de seguridad, está determinada por E.E.U.U	0,03	5	0,15
	Total		0,039	15	0,195
Comercio internacional	Total de exportaciones desde Colombia	US\$ 863.8 millones	0,03	3	0,09
	Total de exportaciones desde Colombia, de la partida arancelaria	1.040,97 miles de dólares	0,04	3	0,12
	Total de importaciones del país	381.210,2 millones de dólares	0,03	5	0,15
	Total de importaciones de la partida arancelaria	247.005.000 USD, FOB	0,04	5	0,2

	Competencia internacional	Estados Unidos con el 47,5%, y China con el 13,3%, en el total de las importaciones	0,03	3	0,09
	Competencia nacional	Actualmente, las empresas realizan promociones, ventas de saldos, convenios de financiación con tarjetas bancarias, y ofertas de dos prendas por el precio de una, solo se han mantenido con precio alto, las empresas reconocidas por su trayectoria y las franquicias establecidas	0,03	3	0,09
	Total		0,2	22	0,74
Actualidad del mercado	Actualidad del mercado	No tiene en cuenta en mayor grado el valor agregado de las prendas, ha disminuido su producción local, cediendo parte de su mercado a las importaciones, 60% es abastecido actualmente mediante formas ilegales, se presenta temporada de primavera verano y temporada de otoño invierno	0,004	3	0,012
	Ferias especializadas	Intermoda, Sapica, Modama	0,005	5	0,025
	Medios de comunicación	Actualmente, se cuenta con diez diarios impresos, seis revistas, nueve cadenas de televisión, tres agencias, y nueve estaciones de radio principales en el país	0,0052	5	0,026
	Total		0,0142	13	0,063
Condiciones de acceso al mercado	Gravamen arancelario	No aplica, debido al TLC, vigente	0,03	5	0,15
	IVA	16%, sobre el valor CIF de la mercancía	0,02	3	0,06
	Acuerdos internacionales	TLC, Vigente, Alianza Pacífico, en negociación	0,07	5	0,35
	Otros impuestos	No aplica	0,005	5	0,025
	Normas requeridas	Certificado de origen de las prendas, insumos de origen colombiano o mexicano, en su totalidad	0,005	4	0,02
	Modalidad de pago	Financiamiento	0,03	3	0,09
	Total		0,16	25	0,695
Transporte marítimo	Cantidad de navieras	12	0,05	3	0,15
	Flete establecido	Contenedor 20', aproximadamente 700 USD	0,045	2	0,09
	Frecuencia disponible	Semanal	0,045	5	0,225
	Tiempo de tránsito	5 a 27 días	0,055	4	0,22
	Rutas de acceso	Desde Colombia, de la Costa Atlántica, Costa Pacífica y Buenaventura, con acceso a los cuatro principales puertos del país	0,003	5	0,015
	Subtotal		0,198	19	0,7
Transporte aéreo	Cantidad de aerolíneas	8	0,055	3	0,165
	Flete establecido	Carga mínima, aproximadamente 210 USD	0,055	4	0,22
	Frecuencia disponible	Diaria	0,045	5	0,225
	Tiempo de tránsito	1 día	0,0028	5	0,014
	Características	Se encuentra disponible el servicio de carga y pasajeros, o aerolíneas especializadas en servicio de carga únicamente	0,003	5	0,015
	Subtotal		0,1608	22	0,639
	Total transportes		0,3588	41	1,339
	Total final		1	165	4,022

País No. 4: Panamá					
		Información	Peso	Calificación	Ponderación
Cultura	Idioma	Español	0,005	5	0,025
	Religión	Católica	0,05	5	0,25
	Cultura de negocios	1. Influencia norteamericana 2. Capacidad de asumir riesgos 3. Importante asesorarse de entidades, que ayuden al proceso de exportación 4. Intercambio de tarjetas de presentación 5. Haber realizado negociaciones con empresarios de Estados Unidos, es una ventaja considerable 6. Debe focalizarse en conseguir, beneficios mutuos	0,04	3	0,12
	Total		0,095		0,395
Indicadores económicos	Pib	\$42.65 mil millones	0,04	2	0,08
	Pib per cápita	11.037	0,02	3	0,06
	Crecimiento Pib	8.4%	0,005	5	0,025
	Balanza comercial	Se presenta actualmente, un superávit de 3.272,4 millones de USD, siendo el superávit, más alto en la balanza comercial actual, de Colombia.	0,02	5	0,1
	Moneda	Balboa, o dólar americano, (1 balboa panameña, equivale a 1885.49 pesos colombianos)	0,005	2	0,01
	Total		0,09		0,275
Población	Población total	3.723.821	0,03	2	0,06
	Crecimiento poblacional	1,41%	0,005	3	0,015
	Población activa laboralmente	1.777.005	0,004	2	0,008
	Población femenina	49,5%	0,004	4	0,016
	Total		0,043		0,099
Situación política	Tipo de gobierno	Gobierno democrático	0,004	5	0,02
	Duración del periodo de gobierno	5 años	0,005	5	0,025
	Relaciones bilaterales	Las relaciones bilaterales, han tenido su origen, desde varios años atrás, y actualmente, se encuentran trabajando en la interconexión eléctrica, entre ambos países.	0,03	5	0,15
	Total		0,039		0,195
Comercio internacional	Total de exportaciones desde Colombia	USD 2.857 millones	0,03	5	0,15
	Total de exportaciones desde Colombia, de la partida arancelaria	73,06, miles de dólares	0,04	2	0,08
	Total de importaciones del país	\$13.035 millones de dólares	0,03	2	0,06
	Total de importaciones de la partida arancelaria	422429.20 USD, CIF	0,04	1	0,04
	Competencia	Los principales países de los cuales Panamá,	0,03	2	0,06

	internacional	importa prendas de vestir actualmente son, China, Estados Unidos, Taiwán, Colombia y Guatemala.			
	Competencia nacional	Actualmente, las empresas dedicadas a la confección de prendas de vestir, han desaparecido, debido a la baja de aranceles, y a la gran llegada de productos asiáticos, se estima que aproximadamente 20 empresas, han cerrado, en los últimos años	0,03	2	0,06
	Total		0,2		0,45
Actualidad del mercado	Actualidad del mercado	Existe, producción local de, productos como, ropa interior femenina, jeans, camisetas polo y promocionales, y zapatos Se caracterizan por exigencia de exclusividad, uso de tallas americanas, y se cuenta con presencia de marcas mundiales a bajos precios	0,004	3	0,012
	Ferias especializadas	Fashion Week Panamá	0,005	3	0,015
	Medios de comunicación	Actualmente, cuenta con diecinueve periódicos, diecisiete revistas, múltiples estaciones de radio, once cadenas de televisión	0,0052	5	0,026
	Total		0,0142		0,053
Condiciones de acceso al mercado	Gravamen arancelario	15%	0,03	3	0,09
	IVA	16%	0,02	3	0,06
	Acuerdos internacionales	Acuerdo de alcance parcial vigente, acuerdo de libre comercio, firmado en septiembre, de 2013	0,07	3	0,21
	Otros impuestos	5%, impuesto de transferencias bienes muebles y servicios	0,005	3	0,015
	Normas requeridas	Los productos, deben mostrar su composición, forma, propiedades físicas y nombre, y dirección del fabricante	0,005	4	0,02
	Modalidad de pago	Generalmente, se acuerdan plazos de 90 a 120 días	0,03	3	0,09
	Total		0,16		0,485
Transporte marítimo	Cantidad de navieras	15	0,05	4	0,2
	Flete establecido	Contenedores de 20', aproximadamente desde 450 USD, hasta 1000 USD	0,045	4	0,18
	Frecuencia disponible	Semanal	0,045	5	0,225
	Tiempo de tránsito	1 a 5 días	0,055	5	0,275
	Rutas de acceso	Desde Buenaventura, hacia Balboa, Colon, y Ciudad de Panamá, y desde las Costa Atlántica.	0,003	5	0,015
		Subtotal		0,198	
Transporte aéreo	Cantidad de aerolíneas	8	0,055	3	0,165
	Flete establecido	Carga mínima, 60 a 80 USD	0,055	5	0,275
	Frecuencia disponible	Diaria	0,045	5	0,225
	Tiempo de tránsito	1 día	0,0028	5	0,014
	Características	Servicios directos, la mayoría con frecuencia diaria, distribuidos en servicios para	0,003	5	0,015

		pasajeros, y servicios de carga.			
	Subtotal		0,1608		0,694
	Total transportes		0,3588		1,589
	Total final		1		<u>3,541</u>

País No. 5: Perú					
		Información	Peso	Calificación	Ponderación
Cultura	Idioma	Español	0,005	5	0,025
	Religión	Católica	0,05	5	0,25
	Cultura de negocios	1. Las negociaciones son definidas por las altas jerarquías de las organizaciones 2. Es de gran importancia la puntualidad 3. Se tiene en cuenta la formalidad 4. Se valora la diplomacia	0,04	4	0,16
	Total		0,095		0,435
Indicadores económicos	Pib	\$197,1 miles de millones, USD	0,04	2	0,08
	Pib per cápita	6.660	0,02	2	0,04
	Crecimiento Pib	6,30%	0,005	4	0,02
	Balanza comercial	Actualmente, se registra un valor negativo para Perú de, 7953 millones de dólares, presentando un superávit para Colombia, en la mayoría del tiempo transcurrido de intercambio comercial	0,02	5	0,1
	Moneda	Nuevo sol peruano (1 nuevo sol peruano, equivale a 668.33, pesos colombianos)	0,005	3	0,015
	Total		0,09		0,255
Población	Población total	29,99 millones	0,03	3	0,09
	Crecimiento poblacional	1,20%	0,005	3	0,015
	Población activa laboralmente	16.162.300	0,004	3	0,012
	Población femenina	49,9%	0,004	4	0,016
	Total		0,043		0,133
Situación política	Tipo de gobierno	República presidencialista, de representación democrática	0,004	5	0,02
	Duración del período de gobierno	5 años	0,005	5	0,025
	Relaciones bilaterales	Adecuadas relaciones bilaterales, apoyo al proceso de paz, a la lucha contra el problema referente a las drogas, el terrorismo y el compromiso con los derechos humanos	0,03	5	0,15
	Total		0,039		0,195
Comercio internacional	Total de exportaciones desde Colombia	USD 1.273 millones	0,03	4	0,12
	Total de exportaciones desde Colombia, de la partida arancelaria	572,85, miles de dólares	0,04	4	0,16
	Total de importaciones del país	US\$ 43 281 millones	0,03	3	0,09
	Total de importaciones de la partida arancelaria	27,172.493.784 USD, FOB	0,04	3	0,12
	Competencia internacional	China, Estados Unidos, e India, actualmente Colombia es el cuarto proveedor, del sector textil	0,03	3	0,09
	Competencia	La elaboración de prendas de vestir,	0,03	2	0,06

	nacional	actualmente cuenta con gran solidificación, especialmente en productos elaborados con fibras naturales, tejido de punto y maquila, sin embargo las prendas de vestir colombianas, poseen una buena aceptación en el mercado			
	Total		0,2		0,64
Actualidad del mercado	Actualidad del mercado	Es de gran importancia, las colecciones, elaboradas según cada una de las temporadas establecidas, como factores principales de compra, se encuentran el precio en primer lugar, seguido de la calidad	0,004	2	0,008
	Ferias especializadas	Texmoda Perú, FICCAT, Perú moda, Cosmobeauty, y Expomujer	0,005	5	0,025
	Medios de comunicación	Gran número, de periódicos, revistas y emisoras de radio, al igual que once cadenas de televisión, y dos cadenas de televisión disponibles en internet	0,0052	5	0,026
	Total		0,0142		0,059
Condiciones de acceso al mercado	Gravamen arancelario	No aplica	0,03	5	0,15
	IVA	16%	0,02	3	0,06
	Acuerdos internacionales	Comunidad Andina, CAN, Alianza del Pacífico	0,07	3	0,21
	Otros impuestos	Impuesto de promoción municipal, 2%, impuesto selectivo al consumo, según cada una de las diferentes partidas	0,005	4	0,02
	Normas requeridas	No aplica	0,005	5	0,025
	Modalidad de pago	Generalmente, se acude a las cartas de crédito	0,03	2	0,06
	Total		0,16		0,525
Transporte marítimo	Cantidad de navieras	13	0,05	4	0,2
	Flete establecido	Contenedores de 20', aproximadamente desde 450 USD, hasta 1200 USD	0,045	4	0,18
	Frecuencia disponible	Semanal	0,045	5	0,225
	Tiempo de tránsito	3 a 18 días	0,055	4	0,22
	Rutas de acceso	Mayoría de servicios, directos desde la Costa Atlántica, y algunos con conexión en Panamá.	0,003	5	0,015
	Subtotal		0,198		0,84
Transporte aéreo	Cantidad de aerolíneas	8	0,055	3	0,165
	Flete establecido	Carga mínima, aproximadamente 100 USD	0,055	5	0,275
	Frecuencia disponible	Diaria	0,045	5	0,225
	Tiempo de tránsito	1 día	0,0028	5	0,014
	Características	Algunos servicios directos, otros con conexión en Estados Unidos, Panamá, disponibles, en servicios para pasajeros y servicios de carga.	0,003	5	0,015
	Subtotal		0,1608		0,694
	Total transportes		0,3588		1,534
	Total final		1		3,776