TRABAJO FINAL SEMINARIO INTERNACIONAL
PLAN EXPORTADOR DE VESTIDOS DE BAÑO PARA MUJER DE COLOMBIA A

PERÚ

ANDREA VIVIANA CEPEDA TUNJANO
ANA LUCELY LOPEZ GARAVITO
JUAN DIEGO CHICAIZA LOPEZ.

MATERIA.
PROYECTO FIN DE GRADO

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA COMPENSAR
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ D.C.

NOVIEMBRE 2022

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

Agradecimientos

Los autores expresan sus agradecimientos a la Universidad Compensar por brindar espacios, experiencias y apoyo pedagógico en todos los procesos de formación permitiendo la construcción de conocimiento y crecimiento profesional.

Tabla de contenido

1. Referente conceptual de la investigación 1
1.1 Introducción 1
1.2 Planteamiento del problema 1
1.2.1 Descripción del problema 1
1.2.2 Formulación del problema. 4
1.3 Objetivos 4
1.3.1 Objetivo General. 4
1.3.2 Objetivos específicos. 4
1.4 Justificación 4
2. Resumen Ejecutivo 6
2.1 Análisis del sector textil en Colombia 6
2.2 Mercado Objetivo 7
2.2.1 Factores Macroeconómicos 8
2.2.2 Cifras de Importación de trajes de baño en Perú 12
2.3 Diagnostico de internacionalización 14
2.3.1 Matriz Dofa del producto. 14
2.3.2 Análisis del mercado. 15
2.3.3 Capacidad interna de producción. 16
2.3.4 Estrategia de penetración de mercado. 19
2.4 Oferta Internacional 20
2.4.1 Descripción del producto 20
2.4.2 Ficha técnica 23
2.4.3 Cuidados especiales 23
2.4.4 Etiqueta de exportación 24
2.4.5 Empaque y embalaje 25
2.5 Formas De Entrada 27
2.5.1 Perfil logístico 27
2.5.2 Documentos requeridos 32
2.5.3 Tiempos de entrega 32
2.5.5 Modalidad de exportación 34
2.6 Política De Comunicación 35
2.6.1 Acuerdos comerciales 35
3. Plan económico 37
3.1 Costo del vestido de baño 37
3.2 Costos de exportación 38
3.3 Recursos financieros 40
3.3.1 Flujo de caja a 5 años 42
4. Metodología de la investigación 46
4.1 Tipo de investigación 46
4.2.1 Población 47
4.2.2 Fuentes de recolección de la información. 47

4.5.1 Descripción de los impactos para el área. 49
5. Recomendaciones y sugerencias 51
Conclusiones 53
Lista de referencias 54

Lista de tablas

Tabla 1 DOFA del producto 14
Tabla 2 Proyección de cantidades producidas 17
Tabla 3. Ficha técnica del producto 23
Tabla 4. Ficha técnica del empaque 25
Tabla 5. Índice de Desempeño Logístico de Perú 28
Tabla 6. Frecuencias y tiempo de tránsito desde puertos colombianos 30
Tabla 7. Frecuencias y tiempo de tránsito desde aeropuertos colombianos 32
Tabla 8. Acuerdos Comerciales entre Colombia y Perú 35
Tabla 9. Costos de producción 37
Tabla 10. Amortización de crédito 41
Tabla 11. Flujo de caja Ingresos 43
Tabla 12. Flujo de Caja Egresos 43
Tabla 13. Punto de equilibrio 45

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Factores Macroeconómicos de Perú 11
Ilustración 2. Exportaciones e importaciones totales de Perú..... 12
Ilustración 3. Principales países de origen de las importaciones de Peru en Trajes de baño para mujeres y niñas, en valor CIF 13
Ilustración 4. Principales empresas de Perú importadoras de Trajes de baño para mujeres en valor CIF 13
Ilustración 5. Bañadores de punto, de fibras sintéticas para mujeres o niñas. 15
Ilustración 6. Diagrama de producción..... 16
Ilustración 7. Diagrama de operación. 18
Ilustración 8. Etiqueta del producto 24
Ilustración 9. Ejemplo de etiqueta EAN 24
Ilustración 10. Empaque secundario 26
Ilustración 11. Paletización..... 27
Ilustración 12. Mapa de Ruta..... 29
Ilustración 13. Líneas de Navieras de la ruta..... 31
Ilustración 14. Canal de distribución 33
Ilustración 15. Factura proforma de costos DFI 40

1. Referente conceptual de la investigación

1.1 Introducción

Teniendo en cuenta que un Plan Exportador es un documento que menciona toda la estrategia comercial a desarrollar en un mercado específico, y el conjunto de todas las acciones a efectuar para vender los productos y servicios en el exterior, en el presente trabajo se pretende desarrollar las estrategias y análisis de viabilidad para implementar un plan exportador de vestidos de baño hacia el Perú para el 2023.

Este plan de internacionalización nace de la idea de crear una marca colombiana de vestidos de baño de alta calidad, sostenible y comprometida con el medio ambiente, con el fin de evaluar las oportunidades de exportación en el mercado latinoamericano específicamente al Perú.

Cabe resaltar que actualmente Colombia cuenta con una balanza comercial deficitaria y según el observatorio de Inexmoda, la categoría de exportación de vestidos de baño en Latinoamérica representa cerca de 1% de la canasta de moda que movió más de US$22,8 billones en el 2021. Por lo tanto, con este proyecto se pretende contribuir al desarrollo de la industria textil, el crecimiento de la economía del país y la contribución en responsabilidad social con el medio ambiente.

Para el desarrollo de este plan de exportación se tuvo en cuenta la planificación estratégica de exportación al Perú, luego de estudiar variables de este país como la cultura, la situación política, la geografía, los gustos, entre otros.

1.2 Planteamiento del problema

1.2.1 Descripción del problema

En Colombia la industria textil se ha caracterizado por brindar una oferta diversificada y reconocida por su alta calidad de manufactura en confecciones, siendo una de las industrias más prominentes de Latinoamérica con una inmensa oportunidad en materia de exportación.

Actualmente la industria de la moda colombiana representa el 9,4% sobre el total del PIB industrial y emplea alrededor de 600 mil personas. Esta industria ha adquirido mayor especialización y reconocimiento en la exportación de productos de mayor valor agregado, abriendo oportunidades para convertirse en referente en tendencias y calidad de producto terminado, más que en proveedor de insumos. *(Procolombia, 2022)*

Así mismo, analistas textiles de algunas organizaciones locales, concuerdan en que los factores competitivos de la moda en Colombia radican en aspectos como los años de tradición con el respaldo de una red extensa de aliados públicos y privados, la ubicación estratégica que le permite entregar a tiempo a clientes internacionales, más de 16 acuerdos comerciales internacionales entre otras ventajas competitivas para exportar.

Además, según estimaciones del proveedor de investigación de mercado Euromonitor International, el negocio de vestidos de baño hechos en Colombia moverá cerca de $282.800 millones en ventas para el 2023, lo cual significará un crecimiento del 41,1% en esta industria. Por su parte, Inexmoda afirma que el sector textil colombiano seguirá creciendo en medio de la incertidumbre económica mundial, pues su impacto comercial en términos de exportación creció en un 25,6% para el primer semestre del 2022.

Por otro lado, el incremento en la demanda por consumo en compra de trajes de baño en Perú ha venido aumentado en el último año, debido a la reapertura económica y turística de la postpandemia. El Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior de las Cámara de Comercio de Lima informo que para 2021 las importaciones de trajes de baño para hombres y mujeres sumaron más de US$ 2.6 millones representando un crecimiento del 30% en relación con el mismo periodo del 2020.

Ahora bien, ante el cambio climático la consecuencia más preocupante recae en el incremento de la temperatura global y por ende el aumento de los periodos de verano en Latinoamérica. Sin embargo, este desfavorable escenario avizora oportunidades comerciales para algunos rubros del sector de la moda, especialmente el de trajes de baño y playa. Según el centro de comercio exterior (CCEX) de la cámara de comercio de Lima, esta categoría ha ido adquiriendo mayor interés no solo por el lado de la oferta, sino también por la demanda. Los estudios y reportes realizados en Perú, vinculados a este han resultado en el desarrollo de nuevas tendencias en fibras sintéticas, desplazamientos regionales sobre el consumo, sugerencias en el uso de nuevos materiales funcionales y patrones de competencia entre las empresas. Esto ha permitido dinamizar el mercado de swimwear (ropa de baño) y beachwear (ropa de playa) con una oferta variada, moderna y elegante, así como un consumidor más informado que analiza en mayor detalle las características del producto.

Teniendo en cuenta lo anterior se propone determinar la viabilidad para implementar un plan de internacionalización de trajes de baño para dama fabricados a base de materia prima reciclada hacia el Perú, lo cual es relevante para la incursión y

aprovechamiento de las oportunidades en los mercados internacionales y el desarrollo de la moda sostenible en Latinoamérica.

1.2.2 Formulación del problema.

¿Cuál es la viabilidad para implementar un plan exportador de trajes de baño para dama fabricados a base de materia prima reciclada, desde Colombia hacia el Perú para el año 2023?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General.

Determinar la viabilidad para implementar un plan de internacionalización de trajes de baño para dama fabricados con materia prima reciclada, desde Colombia hacia el Perú para el año 2023.

1.3.2 Objetivos específicos.

- Realizar la descripción de los vestidos de baño teniendo en cuenta las oportunidades de exportar y el potencial de crecimiento.
- Analizar la industria textil en el mercado interno de Perú.
- Examinar el nivel de competitividad del producto mediante una matriz DOFA.
- Definir las estrategias de distribución y promoción del producto.
- Establecer el nivel de inversión necesario para ejecutar el plan exportador.

1.4 Justificación

Colombia se ha posicionado como el primer exportador de confecciones en tejido plano en Suramérica abriendo las oportunidades para la industria textil nacional en la apertura de nuevos mercados. Según Procolombia, en lo transcurrido del año 2022 el

segmento de vestidos de baño ha representado un incremento del 62% en ventas, lo cual representa una gran oportunidad para continuar innovando en los mercados internacionales.

Actualmente Colombia cuenta con dos acuerdos comerciales con el Perú, al ser miembro de la comunidad andina y la alianza del pacifico, lo cual permite beneficios en aranceles para la exportación del producto propuesto.

Es por esta razón que el plan exportador que se pretende realizar busca aumentar la competitividad del sector moda en especial en la producción de vestidos de baño para mujer en el mercado internacional, por medio de una idea de negocio innovadora y sostenible que permite no solo aportar al medio ambiente, sino que también incursionar en un modelo de venta diferente al convencional.

2. Resumen Ejecutivo

2.1 Análisis del sector textil en Colombia

La incertidumbre, crisis de contenedores, inflación, alza en los precios de los insumos y el precio del dólar han afectado a todos los sectores económicos. Sin embargo, la industria de la moda colombiana se ha mostrado fortalecida en medio de este complejo contexto. Las exportaciones de moda, por ejemplo, crecieron 25,6% entre enero y mayo de este año en comparación con el mismo periodo del 2021, llegando a US$432,7 millones. “Esto confirma que Colombia sigue posicionándose como proveedor de confianza “, según Flavia Santoro, presidenta de ProColombia.

Durante la primera mitad del año Estados Unidos, Ecuador, México, Perú, Costa Rica, Chile y Brasil, fueron los principales compradores de moda colombiana. En tanto que Antioquia (US$7,5 millones), Valle del Cauca (US$1,4 millones), Caldas (US$681.000), Bogotá (US$631.000), Bolívar (US$297.000) y Santander (US$208.000) fueron los principales exportadores de algunas categorías de moda durante el primer semestre del año. En ese periodo, las prendas más solicitadas por los compradores internacionales fueron telas y tejidos, fajas y trajes de baño (Procolombia,2022)

De acuerdo con TradeMap, las importaciones de vestidos de baño suman anualmente cerca de US$3.000 millones, con jugadores como Estados Unidos, México, Costa rica Perú y chile, mercados en donde hay oportunidades para que las empresas colombianas puedan conquistar nichos de consumo premium.



Fuente: Dane, Procolombia, Inexmoda, Sondeo LR

Este sector empresarial del país cuenta con productos con telas como seda, rayón, poliamidas, elastanos, poliéster especial, viscosa, que incluyen diseños diferenciados, con técnicas de estampación por sublimación y digital, además de los diseños incluidos en las telas y desarrollados en conjunto entre las empresas y los proveedores. (Indexmoda,2022)

Para la edición *Colombiamoda + Colombiatex 2022*, llevada a cabo en julio del presente año, Procolombia convoco cerca de 295 empresas compradoras internacionales, de los cuales 27 mostraron interés en ropa de playa, con el fin de fortalecer la exportación de esta categoría en la apertura de mercados internacionales en América.

2.2 Mercado Objetivo

Peru se caracteriza por ser un pais tropical por su ubicación cercana al ecuador geográfico, la presencia de la cordillera de los andes y su abrupta geografía hacen de este un pais con gran diversidad climática.

Después de El Cairo, en Egipto, Lima es el sitio más seco del planeta por su escasez de lluvias. Según un artículo del Instituto Geofísico del Perú, en el caso de la costa de ese pais, hay normalmente una condición que no permite el crecimiento de nubes

tipo “cumulonimbo” , que son las que provocan las lluvias. Si bien lo típico es que la temperatura disminuya con la altitud, en la costa peruana es común una “inversión de temperatura”, que consiste en una capa donde más bien la temperatura aumenta abruptamente en ligar de disminuir lo cual hace que la atmosfera sea tremendamente “estable”. (La prensa, 2018)

Con todo esto, Lima siendo la capital del Peru y la única de Sudamérica con salida al mar, es una ciudad con gran atractivo turístico que está en constante movimiento y permite a los locales y visitantes disfrutar de distintas experiencias, dentro de ellas deportes acuáticos como el surf. La costa peruana mide aproximadamente 2,500 kilómetros y las playas del Perú son conocidas por los expertos por ser de las mejores del mundo para surfear, pues el oleaje es permanente durante todo el año.

Por otro lado, la cultura empresarial peruana promueve el desarrollo sostenible, implicando el manejo integrado de los recursos naturales mediante la aplicación de políticas eficientes que permitan un balance entre el desarrollo y la conservación tomando en cuenta las necesidades de las generaciones presentes y futuras.

Por lo anterior, Peru es una gran oportunidad para la apertura de mercado con potencial para la exportación de trajes de baño con enfoque sostenible. Debido al gran auge turístico, nace la necesidad de brindar un producto innovador, de calidad y que promueva el desarrollo sostenible del medio ambiente.

2.2.1 Factores Macroeconómicos

Perú es un país soberano ubicado en el oeste de América del Sur. Adopta la forma de gobierno republicana democrática. Su capital es la ciudad de Lima. El océano Pacífico

bordea su costa por el oeste y además el país limita con Ecuador al noroeste, con Colombia al noreste, con Brasil al este, con Bolivia al sureste y con Chile al sur.



Fuente: Oficina de información Diplomática de Peru

Su territorio se compone de diversos paisajes: los valles, las mesetas y las altas cumbres de los Andes se despliegan al oeste hacia la costa desértica, desde el norte hasta el sureste del país y el este hacia la inmensa Amazonia. Es uno de los países con mayor diversidad biológica y mayores recursos minerales del planeta.

Datos generales de Perú:

Variable	Valor	Unidades
Ciudad capital	Lima	
Superficie (2018)	1.280.000	Km^2
Población (2021)	33.359.416	Habitantes
Tasa de cambio (2021)	3.9	Moneda local/USD
PIB precios corrientes (2021)	225,9	Miles de millones de dólares
PIB per cápita (2021)	6.678,9	Dólares
Crecimiento PIB real (2021)	13,6	Porcentaje
IED en Perú (2021)	5.908,1	Millones de dólares
Exportaciones (2021)	56.260.115	Miles de dólares
Importaciones (2021)	51.177.708	Miles de dólares

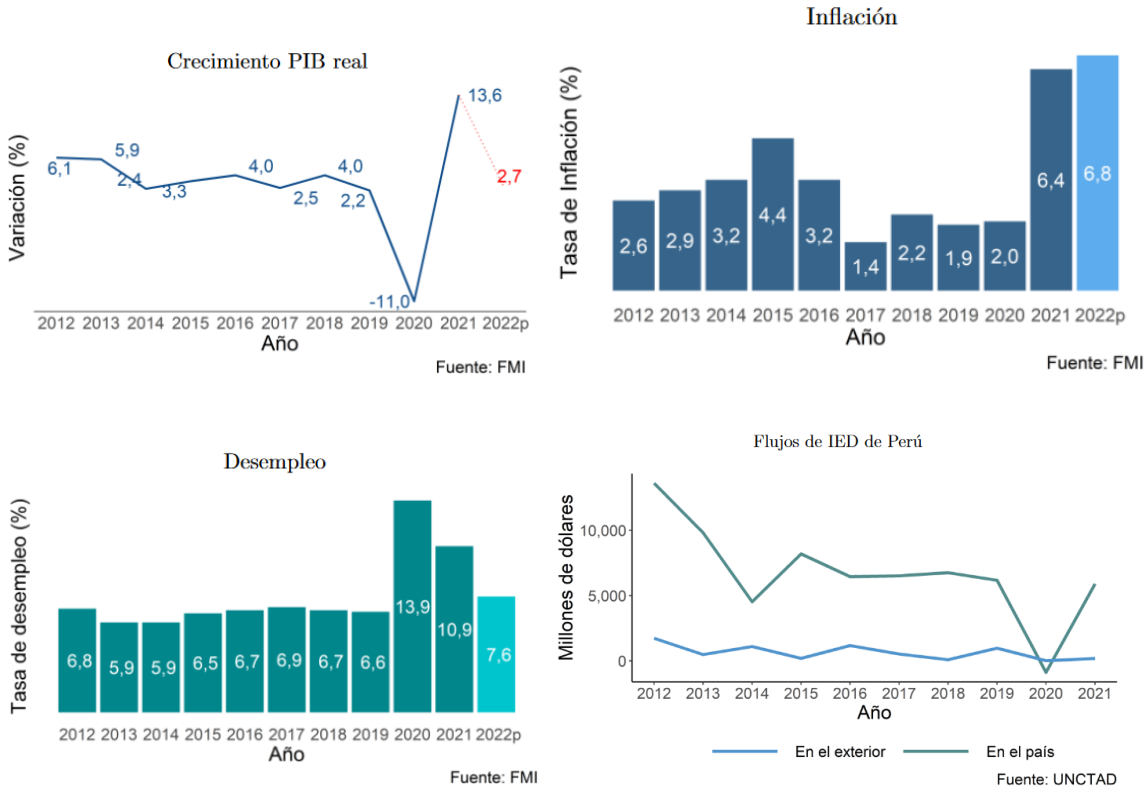
Fuente: MINCIT – Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

La economía del Perú es una emergente economía social de mercado caracterizada por un alto nivel de comercio exterior y una economía de ingresos medios altos según la clasificación del Banco Mundial. Perú tiene la cuadragésima economía más grande del mundo por PIB total y actualmente experimenta un alto índice de desarrollo humano, su calificación de riesgo pais según reporte de Standard & Poor's es de BBB, posicionándolo con un pais de economía estable para inversión.

La tasa de población ocupada en Perú creció un 5,9 % en segundo semestre de 2022. Según el informe del INEI sobre el comportamiento de los indicadores de mercado laboral a nivel nacional, la tasa de desempleo entre abril y junio de este año se redujo 1,8 puntos porcentuales en comparación con el mismo trimestre de 2021 (Agencia EFE S.A,2022)

Se prevé que el PIB crecerá un 2,7 % en 2022, valor que se mantiene por debajo de la tendencia previa a la pandemia. Se espera que la actividad sea respaldada por un aumento de las exportaciones mineras. La variación mensual del IPC (Índice de Precios al Consumo) ha sido del 0,6%, de forma que la inflación acumulada en 2022 es del 6,9%. La economía peruana se enfrenta a importantes desafíos estructurales incluyendo reducir el tamaño relativo del sector informal, que brinda empleo a tres cuartas partes de los trabajadores de segmentos de baja productividad, y mejorar la calidad de los servicios gubernamentales, como la educación, la salud y el abastecimiento de agua. Superar estos desafíos es fundamental para impulsar el crecimiento a largo plazo y la reducción de la pobreza en el país. (Banco Mundial, 2022)

Ilustración 1. Factores Macroeconómicos de Perú



La economía peruana es sostenida por la minería, la agroindustria, la pesca, las industrias ligeras y el turismo.

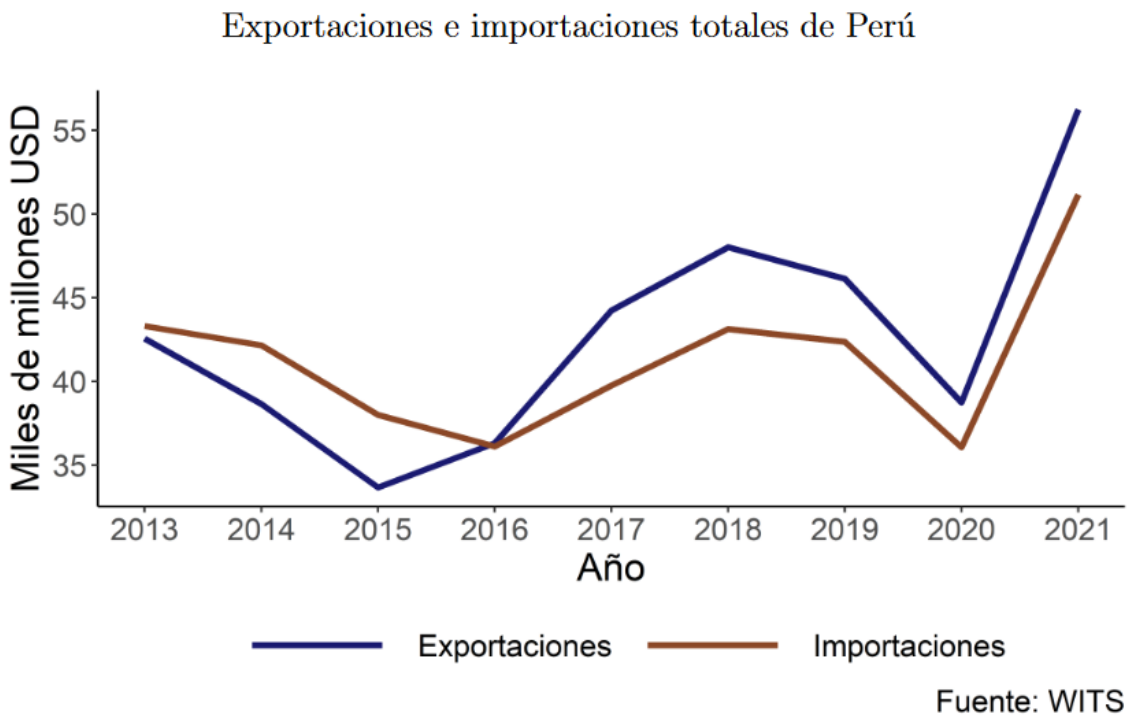
Cabe resaltar que una balanza comercial positiva implica un ingreso neto de moneda nacional al país. Esto refuerza a dicha moneda, en este caso el sol peruano

Un comportamiento positivo de las exportaciones estimula la producción nacional, la creación de empleos y el movimiento positivo de la economía del pais, debido al ingreso de recursos del exterior.

En 2021 Perú registró un superávit en su Balanza comercial de 10.375,2 millones de euros, un 5,43% de su PIB, superior al superávit alcanzado en 2020. La variación de la

Balanza comercial se ha debido a un incremento de las exportaciones de Perú superior al de las importaciones.

Ilustración 2. Exportaciones e importaciones totales de Perú

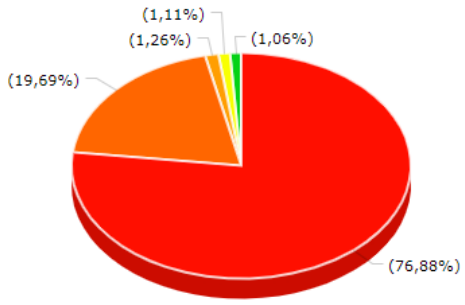


2.2.2 Cifras de Importación de trajes de baño en Perú

En Peru, las importaciones de textiles y confecciones según la subpartida 6112410000-Bañadores, de punto, de fibras sintéticas, para mujeres o niñas, representa cifras interesantes para aquellas empresas que quieren incursionar en este mercado.

A continuación se ilustra los principales países que intervienen en la relación comercial de las importaciones de Perú:

Ilustración 3. Principales países de origen de las importaciones de Peru en Trajes de baño para mujeres y niñas, en valor CIF

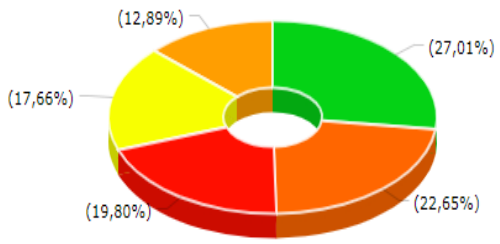


País	Valor CIF
CHINA	3.563.857,93
COLOMBIA	912.660,47
CAMBOYA	58.547,85
BANGLADESH	51.387,05
VIETNAM	49.217,44

Fuente: Legiscomex

Los principales países de origen de las importaciones del producto seleccionado en peru provienen de China con un 76,88% y Colombia con el 19,69%, lo cual es una oportunidad para aumentar la participación en el mercado peruano, teniendo en cuenta que ya existe una relación establecida con algunas empresas colombianas y esto respalda y favorece la credibilidad y la calidad de las exportaciones del producto a este pais.

Ilustración 4. Principales empresas de Perú importadoras de Trajes de baño para mujeres en valor CIF



NIT	Empresa	Valor CIF
20337564373	TIENDAS POR DEPARTAMENTO RIPLEY S.A.	816.660,67
20301409151	LEO ANDES S.A.	684.817,99
20100128056	SAGA FALABELLA S A	598.796,80
20508565934	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A	534.093,01
20100070970	SUPERMERCADOS PERUANOS SOCIEDAD ANONIMA	389.701,82

Fuente: Legiscomex

La participación del mercado en las principales empresas importadoras del producto en peru es equilibrado entre las 5 empresas con mayor registro en valor CIF en importaciones, según la partida arancelaria. Por consiguiente, se puede analizar un panorama de captación de posibles clientes potenciales con posicionamiento y reconocimiento a nivel local.

2.3 Diagnostico de internacionalización

2.3.1 Matriz Dofa del producto.

Tabla 1. DOFA del producto

MATRIZ DOFA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Producto de alta calidad	Desconocimiento del producto en el mercado local.
	La creación de nuevos empleos	No existe un plan de marketing anterior por ser un producto innovador.
	Diseños personalizados y fomenta el desarrollo de la moda sostenible	Altos costos para la distribución del producto
	Entrega en tiempos estipulados	Produccion a pequeña escala
	Aumento en la demanda nacional	
OPORTUNIDADES	**ESTRATREGIAS F. O**	**ESTRATEGIAS D. O**
Mercado amplio para ingresar.	Realizar investigaciones de mercado permanente que permitan conocer los gustos y preferencias de los consumidores.	Realizar inversiones a la empresa que le permitan incrementar la capacidad productiva
Proveedores nacionales de materia prima (Econyl) para la fabricacion de las prendas.	Aprovechar las propiedades del Econyl (resistencia y elasticidad, resistencia al agua y a las arrugas, secado rapido y facil de lavar) del producto para aumentar la participación del mercado	Formular campañas publicitarias y promocionales que permitan dar a conocer el producto en mercado.
Mayor captación de clientes: El consumidor tiene un mayor interés por un producto innovador.		Conocer la posición de los competidores y formular estrategias de penetración y posicionamiento.
Los trajes de baño aportan al desarrollo sostenible del medio ambiente		
Los vestidos de baño y ropa de playa es un producto con potencial de crecimiento en el consumo.		
AMENAZAS	**ESTRATEGIAS F. A**	**ESTRATEGIAS D. A**
Compentencia en el mercado.	Formalizar estrategias de diferenciación del producto en función de sus atributos y ventajas comparativas frente a la competencia y posicionarlo en la mente del consumidor.	Establecer estrategias de penetración posicionamiento y publicidad del producto basadas en calidad, la diferenciación, acorde con los gustos y preferencias del consumidor.
Copia de diseños		

Fuente: Elaboración propia

2.3.2 Análisis del mercado.

Según ANALDEX, el compromiso de Colombia en profundizar su integración comercial con el acuerdo de libre comercio con la Unión Europea en cuanto a las oportunidades de la competitividad de los textiles y las confecciones están destacándose por su calidad y reconocimiento en especial las fajas y los vestidos de baño.

A continuación, se revisa el comportamiento de Perú y Colombia en el comercio exterior de vestidos de baño para mujeres.

Ilustración 5. Bañadores de punto, de fibras sintéticas para mujeres o niñas.



Fuente: Elaboración propia, información tomada de TradeMap

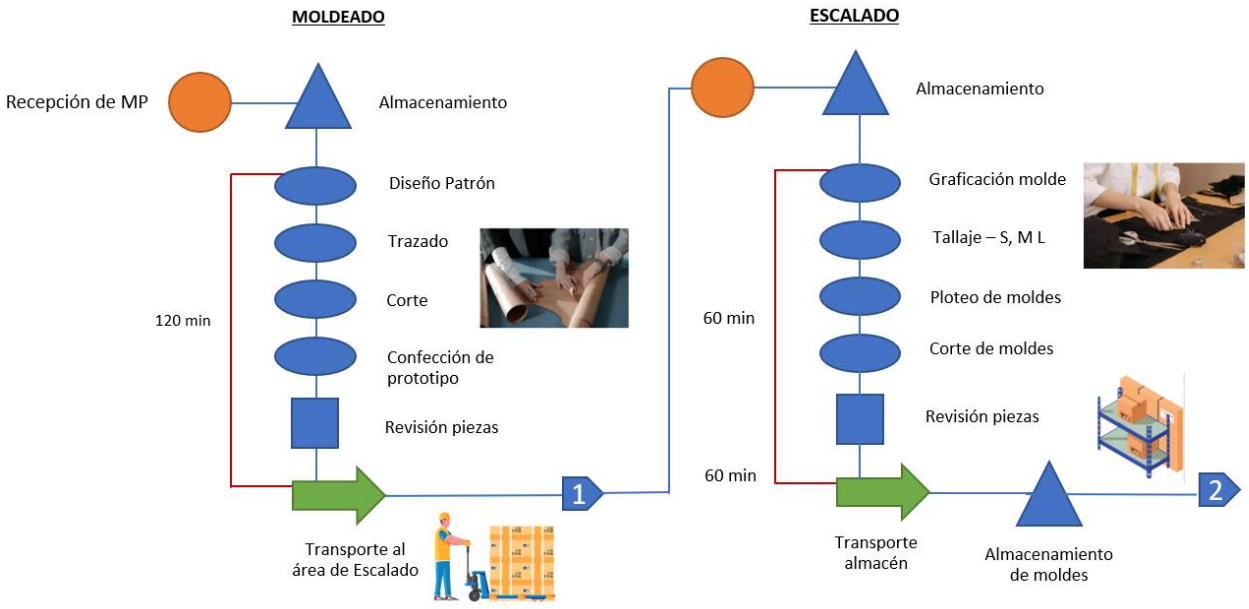
A partir de la gráfica anterior se puede evidenciar que Colombia le exporta a Perú el 3.11% del total de exportaciones al mundo en esta categoría. Por su parte, Peru importa del mundo el 20.75% del total que exporta Colombia al mundo en esta categoría, lo que

brinda grandes oportunidades para las empresas colombianas productoras de vestidos de baño incursionar en el mercado peruano.

2.3.3 Capacidad interna de producción.

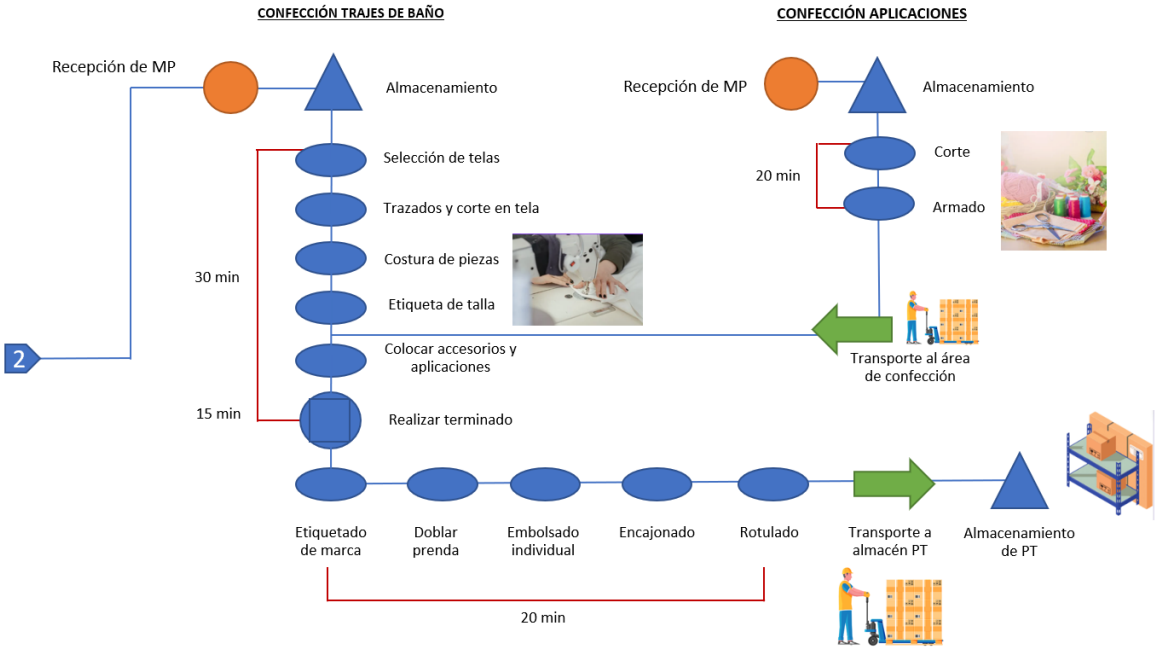
A continuación, se muestra en la Ilustración 6 el flujograma de producción.

Ilustración 6. Diagrama de producción



Fuente: Elaboración propia, basado en microempresa de confección de vestidos de baño.

Este diagrama de producción muestra los procesos de cada área para la confección de vestidos de baños para dama, que se proyectara llevar a cabo a plazo largo dentro de la empresa Authentic SA.



Fuente: Elaboración propia, basado en microempresa de confección de vestidos de baño.

Tabla 2. Proyección de cantidades producidas

DESCRIPCIÓN	HORAS DE PRODUCCIÓN	PRENDAS
Dia	14	420
Mes	420	12.600
Bimestre	840	25.200
Semestre	2520	75.600
Año	5040	151.200
Piezas que se fabrican por hora	30	

Fuente: Elaboración propia, basado en microempresa de confección de vestidos de baño.

La producción se proyecta teniendo en cuenta una jornada laboral de ocho horas en doble turno, en los horarios de 6 am – 2 pm y de 12 pm – 8 pm, donde se tiene una

jornada total de producción de catorce horas, con 10 empleados y una producción de 43 piezas por hora, dando como resultado diario la suma de 420 piezas.

Por otro lado, a continuación, se ilustra un diagrama de operación ideal para una empresa de fabricación, confección y distribución de vestidos de baño en Colombia, teniendo en cuenta que este es una representación gráfica de los puntos en los cuales se introducen los materiales en el proceso y la secuencia de las inspecciones y de todas las operaciones luego de recibir la materia prima. Esto es el diagrama de los procesos que se pretende emplear en un futuro de largo plazo en la compañía, debido a que inicialmente por presupuesto y capital, todo el proceso de mano de obra será tercerizado con talleres satelitales.

Ilustración 7. Diagrama de operación.



Fuente: Elaboración propia.

La operación de la empresa comienza en la recepción de materia prima e insumos necesarios para la confección de los diseños establecidos de vestidos de baño para mujer.

Posteriormente estas materias primas son almacenadas en bodega para tener en inventario según los requerimientos del área de producción, se debe tener un mínimo en stock que garantice el abastecimiento de la cadena de producción.

En el área de trazado y corte se realiza el diseño de moldes y prototipos de prendas aprobadas para la colección del portafolio. Se realiza el corte y trazo de las telas para confección.

En el proceso de confección se realizan las costuras de las prendas definidas y demás detalles de preparación del producto.

Luego de que la prenda está terminada pasa a revisión, donde se válida la calidad de la prenda y del decorado, para luego proceder al etiquetado, empaque primario, secundario y terciario para posteriormente ser paletizada.

De acuerdo con las solicitudes recibidas, se procede a la paletización del producto para ser alistado y almacenado.

Finalmente se realiza el despacho según los términos de envio establecidos con el usuario final para su exportación.

2.3.4 Estrategia de penetración de mercado.

Una de las formas para prospectar y conocer posibles clientes potenciales en el comercio internacional es por medio de ferias internacionales o ruedas de negocios del sector textil en Latinoamérica o en el pais destino de la exportación. Esto permite dar a conocer la empresa y el producto con todas las características y cualidades que lo hacen

atractivo en el mercado internacional, de ahí se puede obtener beneficios de networking, relaciones internacionales, datos de contactos que facilitaran la presencia en el mercado local del pais objetivo.

Eventos como el Bogotá Fashion Week, Colombiamoda y Plataforma K permiten que empresas colombianas posiciones sus productos en el mercado internacional, convirtiendo a Colombia en un referente de la región en materia de textiles y marroquinería. Estas ferias reciben anualmente a más de 26.000 visitantes, más de 1.800 compradores internacionales de 41 países y 9.200 nacionales. (Colombiatex, 2022)

Por consiguiente, es una estrategia de penetración de mercado ser participe activo de estas ferias y estar en constante referencia sobre acontecimientos y oportunidades en el sector textil como producto de exportación. Asi mismo, se espera que con estas ruedas de negocio se logren contactar mayoristas del mercado peruano para posicionar el producto como exclusivo y de calidad.

2.4 Oferta Internacional

2.4.1 Descripción del producto

Los trajes de baño aparecen a finales del siglo XIX y desde su creación se ha ido adaptando diseños para poder satisfacer las necesidades de gusto, estilo y confort de cada uno de los compradores.

El vestido de baño que se propone en esta idea de negocio estará fabricado a partir de nylon regenerado ECONYL ®, un hilo 100% reciclado y fabricado a partir de desechos de nylon procedentes de redes de pesca, botellas de plástico y demás desechos

de plástico. Crear una marca colombiana de vestidos de baños para dama, comprometida con la calidad, el medio ambiente y el bienestar social.

Los diseños de vestidos de baño serán variados y acordes a las épocas del año, teniendo como exclusividad de la marca la distribución de piezas por separado, con el fin de abrir las posibilidades e elección de colores diseños y formas del consumidor final.

Las etiquetas de cada prenda son plantables, están fabricadas a partir de residuos de algodón blanco residual o papel reciclado y contienen una semilla para ser sembrada luego de su uso. El etiquetado de las prendas siempre acaba en la basura generando residuos contaminantes, con esta alternativa ecológica del papel con semillas, se le dará una segunda vida al papel cuando los clientes las pongan a germinar, además de mantener vivo el recuerdo de la marca generando posicionamiento y recordación.

2.4.1.1 Materia prima sostenible - ECONYL®

ECONYL®, es un término incorporado por Aquafil en el 2011, y corresponde a nailon regenerado hecho completamente de desechos marinos y de vertederos, como plástico industrial, restos de tela de empresas de fabricación de ropa, alfombras viejas y "redes fantasmas". El proceso de regeneración del ECONYL® transforma desechos en un nuevo tejido listo para ser implementado en la industria de la moda y en muebles.

El sistema de regeneración ECONYL®, comienza con el rescate de desechos, como redes de pesca, restos de telas, alfombras y plástico industrial de vertederos y océanos de todo el mundo. Los desechos se clasifican y limpian para recuperar todo el nylon posible. A través de un proceso de regeneración y purificación, los residuos de nylon se reciclan hasta su pureza original. El nylon regenerado ECONYL® se procesa en

hilados para ser utilizados en la industria de la moda. Este nylon tiene el potencial de ser reciclado infinitamente, sin perder nunca su calidad. El objetivo es que una vez que todos los productos que contienen ECONYL® ya no sean útiles para los clientes, puedan volver al paso uno del Sistema de regeneración inicial.

Cabe resaltar que el ECONYL® es exactamente igual al nailon nuevo y se puede reciclar, recrear y remodelar una y otra vez. Además, se buscará que el proceso de estampación textil no utilice agua, logrando la sublimación por calor, siendo una técnica para obtener resultados con colores vivos, imágenes de alta definición e infinitas posibilidades de diseños para la estampación.

En Colombia se encuentran algunos proveedores de tela 100% ecológica que procesan parte del sistema de regeneración como lo es Ecohilandes, Enka, Sutex, entre otros.

Ilustración 8. Proceso Eco-Responsable



Fuente: Sutex – Conciencia ecología y moda sostenible

Con este proyecto se busca fomentar el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones, garantizando el

equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado del medio ambiente y el bienestar social, al lograr que la industria textil genere el menor impacto posible en el medio ambiente y en nuestros recursos naturales.

2.4.2 Ficha técnica

Tabla 3. Ficha técnica del producto

FICHA TÉCNICA					
Psocion arancelaria:	6112.41.00.00				
Vestidos de baño para dama					
	**DATOS DEL PRODUCTO**				
	Linea de producto:	Vestido de baño para dama			
	Nombre del producto:	Vestido de baño Era - Top y panty Rosas			
	Referencia:	VB-101			
	Materias prima:	Econyl 100%			
	Dimensiones:	**Largo**	**Ancho**	**Alto**	**Peso Aprox**
		49 cms	30 cms	6 cms	230 gr
	Color:	Azul Celeste y otros estampados de temporada			
	Empaque:	Si X	Tipo: Bolsa de tela reciclada		
		No:	L: 15 cm	A: 17 cm	A: 3 cm
	Tallas:	S, M, L, XL			

Fuente: Elaboración propia

2.4.3 Cuidados especiales

La etiqueta del producto se planea crear con algodón textil reciclado con semillas. Con tan solo un poco de agua y unos mínimos cuidados, las etiquetas impresas en papel con semillas germinarán y se convertirán en una planta luego de su uso. Las etiquetas

pueden contener semillas de tomate, manzanilla, zanahoria, flores silvestres y flor de aliso.

Los cuidados especiales para las prendas de baño son:

Ilustración 9. Etiqueta del producto



Fuente: Elaboración Propia

2.4.4 Etiqueta de exportación

Ilustración 10. Ejemplo de etiqueta EAN



Fuente: COGNEX

2.4.5 Empaque y embalaje

Tipo de carga: Carga General Unitarizada. La carga unitarizada permite la unión de varios empaques apilados con el fin de tener una mejor organización y más fácil manipulación de la mercancía, este tipo de carga también ayuda a reducir los costos.

Tipo de embalaje.

Empaque primario: Bolsa de tela biodegradable.

Tabla 4. Ficha técnica del empaque

EMPAQUE					
	Empaque:	Bolsa Ecologica			
	**Material**	100% Algodón biodegradable en color crudo. Poliester 70g y Lienzo poli algodonn 130g.			
	Caracteristica	BE-05			
	Manejo de la superficie	Serigrafia según arte aprobado			
	Uso	Empaque de ropa interior femenina			
	Color:	Crudo			
	Tamaño	**Largo**	**Ancho**	**Largo**	**Peso Aprox**
		22 cms	15 cms	4 cms	10 gr

Fuente: Elaboración Propia.

Empaque secundario: Caja de cartón con canal doble para 100 unidades, con cuatro hojas de poliestireno de 2 centímetros que servirá de protección durante el transporte. Las medidas de la caja son de 60 x 40 x 80 cm y con un peso de 24 Kg en cada caja.

Ilustración 11. Empaque secundario



Fuente: Elaboración propia

Unitarización de la carga: Europalet en contenedor:

La disposición de las cajas x 100 unidades será de 3 x 4 sobre el pallet, es decir, que será un total de 12 cajas sobre un primer nivel de paletización. Así mismo, este primer nivel se compondrá por un total de 1200 unidades de vestidos de baño para dama. Se tendrán 5 niveles de paletización para una capacidad de 6000 unidades de vestidos de baño para dama. Teniendo en cuenta que la primera exportación a realizar será por 1500 unidades, solo se tendrá en cuenta la paletización de 15 cajas de vestidos de baño para dama.

Ilustración 12. Paletización



Fuente: Elaboración propia

2.5 Formas De Entrada

2.5.1 Perfil logístico

La República de Perú, ubicada al Occidente del continente Sur Americano. La superficie total de su territorio es de 1.285.216 km², convirtiéndolo en el vigésimo país más grande del mundo. Perú posee 8.808 km. de ríos navegables. La más importante vía fluvial es el río Amazonas, por el que navegan barcos de todo calado desde el Océano Atlántico a Iquitos.

Según el Logistics Performance Índex (LPI) publicado por el Banco Mundial en 2018, Perú ocupa el puesto número 83 en el mundo en cuanto al desempeño logístico. Estos son los diferentes aspectos del desempeño presentado por el país:

Tabla 5. Índice de Desempeño Logístico de Perú

Logistics Performance Index de Perú

LPI	Puntaje	Puesto
	2,69	83
Aspectos evaluados		
Eficiencia aduanera	2,53	86
Calidad de la infraestructura	2,28	111
Competitividad de transporte internacional de carga	2,84	65
Competencia y calidad en los servicios logísticos	2,42	110
Puntualidad en el transporte de carga	3,45	54
Capacidad de seguimiento y rastreo de los envíos	2,55	108

Fuente: The World Bank 2018.

El índice varía entre 1 y 5, donde 5 representa el mejor desempeño

2.5.1.1 Rutas de acceso.

En acceso marítimo Perú cuenta con una infraestructura portuaria compuesta por catorce puertos ubicados en el Litoral Pacífico, tres de estos son fluviales, destacando el puerto de Iquitos como uno de los más importantes del país. Dentro de los restantes puertos marítimos se encuentra Callao, el cual actualmente se prepara para ser el segundo puerto HUB de Latinoamérica, siendo el principal puerto de Perú que adicionalmente cuenta con tres puertos fluviales; además, el país cuenta con los puertos marítimos de Ilo y Paita.

Ilustración 13. Mapa de Ruta



Fuente: Procolombia

Desde la costa atlántica existen 8 navieras, cuyos tiempos de tránsito se encuentran desde los 3 días con transbordos en los puertos de Panamá. Desde Buenaventura hacia Perú existen 11 navieras, las conexiones se realizan en los puertos de Panamá. Las frecuencias y tiempos de tránsito desde los puertos colombianos son:

Tabla 6. Frecuencias y tiempo de tránsito desde puertos colombianos

Naviera	Puerto de Origen	Puerto Destino	Conexiones	Tiempo de tránsito (Días)
Cma Cgm	Cartagena	**Callao**	Directo	7
Hapag-Lloyd			Directo	7
Hamburg Sud			Manzanillo - Panamá*, Balboa - Panamá	7
Sealand			Directo	8
Cosco Shipping			Directo	8
One Line			Rodman - Panamá	12
Evergreen marine			Colón - Panamá*, Balboa - Panamá	18
Cosco Shipping	Buenaventura		Directo	1
Hapag-Lloyd			Directo	2
Yang Ming			Directo	2
Cma Cgm			Directo	2
Pil			Directo	2
Evergreen marine			Directo	3
Sealand			Directo	3
Hamburg Sud			Directo	3
Mediterranean Shipping			Directo	3
One Line			Directo	4
Cma Cgm	Cartagena	**Paita**	Directo	3
Hapag-Lloyd			Directo	4
Hamburg Sud			Balboa - Panamá	10
Sealand			Balboa - Panamá	15
Cosco Shipping	Buenaventura		Directo	6
Cma Cgm			Directo	7
One Line			Directo	8
Sealand			Balboa - Panamá	11
Hapag-Lloyd			Cartagena - Colombia	15
Hamburg Sud			Balboa - Panamá	16

Fuente: Procolombia

Las líneas de navieras con oferta de servicios a Perú son:

Ilustración 14. Líneas de Navieras de la ruta



Fuente: Procolombia

En cuanto a servicios aéreos Perú cuenta con una infraestructura aeroportuaria compuesta por 211 pistas aéreas ubicadas a lo largo de su territorio, de los cuales 58 están pavimentadas y 153 se encuentran sin pavimentar. Existen varios aeropuertos internacionales, ubicados en las ciudades de Lima, Arequipa, Cuzco, Trujillo, Puerto Maldonado y Chiclayo que están diseñados para el manejo de carga, almacenaje en frío, manejo de valores y nacionalización. Desde Colombia, el tráfico aéreo se concentra en el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, ubicado entre Lima y Callao. Es considerado como el principal aeropuerto del Perú y la puerta de entrada al país.

Actualmente, desde Bogotá existen más de 3 aerolíneas que prestan servicios de transporte de carga hacia Perú. Las conexiones se realizan principalmente en Ciudad de Panamá. Siendo estas las principales conexiones de aerolíneas prestadoras de servicio a Perú:

Tabla 7. Frecuencias y tiempo de tránsito desde aeropuertos colombianos

Aerolínea	Destino	Conexiones	Frecuencia
Latam Airlines	Lima (LIM)	Directo	Todos los días
Líneas Aéreas Suramericanas		Directo	Mi, Ju, Do
Avianca		Directo	Todos los días

Fuente: Procolombia

2.5.1.2 Rutas y medio de transporte de elección

El medio de transporte de elección para la exportación del producto es el marítimo, debido a la capacidad de exportación en cantidades y el bajo costo en fletes por distancia. La ruta para utilizar será saliendo del puerto de Buenaventura – Colombia hasta el puerto El Callao – Perú, ruta directa con un tránsito de 3 días.

2.5.2 Documentos requeridos

Para el ingreso de mercancías en territorio peruano es necesario tener en cuenta la siguiente documentación: 4 facturas comerciales, las cuales, deben incluir número y fecha de la licencia de importación, deberán preparase en español y la licencia de Importación debe ser presentada al consulado junto con los demás documentos de legalización.

2.5.3 Tiempos de entrega

El tiempo de entrega es de 8 días, desde que sale de la fábrica hasta que llega al puerto El callao, puerto convenido en Perú para la entrega según la obligación del Incoterms en termino FOB, de ahí en adelante los tiempos los tendrá en consideración el distribuidor, quien se hará cargo del resto de proceso de desaduanamiento, tránsito en puerto de destino, transbordo a medio terrestre y posteriormente con destino a su centro

de acopio o bodega para su entrega en el destino final que son los diferentes puntos de venta.

2.5.4 Canales de distribución

Ilustración 15. Canal de distribución



Fuente: Canal de distribución indirecto largo, recuperado de https://fredyosoriocomerci.wixsite.com/construinnovar/blank-9

El canal de distribución indirecto largo es el empleado para la comercialización del producto seleccionado (vestidos de baño para dama, fabricados a base de materia prima reciclada), ya que utiliza intermediarios como los proveedores para hacer llegar sus productos al consumidor final. Los mayoristas en la cadena de distribución son todos aquellos que compran los trajes de baño a la empresa creada Authentic SA, quien será productora en Colombia, lo almacenan y luego lo venden a otros intermediarios, es decir, los almacenes de cadena, retail o tiendas por departamento como Ripley, saga Falabella, Paris, Oechsle, Metro, Won entre otros grandes almacenes mayoristas existentes en Lima, Perú, con el fin de que estos los vendan a minoristas como tiendas de barrio. En este caso la empresa exportadora (Authentic SA) no tendrá contacto directo con el consumidor final en el pais destino.

2.5.5 Modalidad de exportación

La modalidad de exportación seleccionada es definitiva, debido a que se dará la salida definitiva de la mercancía nacional desde el territorio aduanero nacional al vecino pais Perú, con la finalidad de uso o consumo definitivo en el exterior.

2.5.5.1 Términos de negociación

Los términos de negociación pueden variar según los acuerdos a los que se llegue con el distribuidor. Sin embargo, se selecciona en primera medida valor el incoterm FOB por sus siglas en ingles Free on Board, debido a que este incoterm es exclusivo del transporte marítimo y se cargan la mercancía en el barco escogido por el comprador, lo que quiere decir que la responsabilidad del exportador estará a cargo hasta que la mercancía es cargada a bordo del buque.

Las obligaciones del vendedor bajo el incoterm FOB son: Entrega de la mercancía y documentos necesarios, empaquetado y embalaje, transporte interior en el país de origen, despacho de aduanas en origen, gastos de salida (o gastos en origen),

Por otro lado, las obligaciones del comprador bajo el incoterm FOB son: Pago de las mercancías, Flete marítimo internacional, Gastos de llegada (o gastos en destino), Pago del despacho de aduanas en destino, Transporte interior en el país de destino, Pago de impuestos y aranceles.

2.5.5.2 Partida Arancelaria.

La partida arancelaria para el producto seleccionado para exportación al Perú es 6112.41.00.00 Bañadores, de punto, de fibras sintéticas, para mujeres o niñas

2.6 Política De Comunicación

2.6.1 Acuerdos comerciales

El desarrollo del plan de exportación de vestidos de baño a Perú estará regulado por la siguiente normativa y acuerdos comerciales vigentes negociados entre las partes:

- Decreto 1165 de 2019

- Arancel de aduanas

- TLC CAN, Colombia – Perú

El decreto 1165 es el Estatuto Aduanero Colombiano el cual regula todo lo relacionado con comercio exterior en Colombia en el cual todo importador o exportador colombiano debe acogerse a este para estar en regla.

Los acuerdos comerciales vigentes entre Perú y Colombia son:

Tabla 8. Acuerdos Comerciales entre Colombia y Perú

Acuerdo comercial	Tipo de Acuerdo	Estado	Firma	Entrada en vigor	Composición del AC
Asociación LatinoAmericana de Integración (ALADI)	AAP	En vigor	1980-08-12	1981-03-18	Plurilateral
Comunidad Andina (CAN)	UA	En vigor	1987-05-12	1988-05-25	Plurilateral
Sistema Global de Preferencias Comerciales entre Países en Desarrollo (SGPC)	AAP	En vigor	1988-04-13	1989-04-19	Plurilateral
Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) - Adhesión de Cuba	AAP	En vigor	1999-08-26	1999-08-26	Plurilateral
UE - Colombia y el Perú	ALC & AIE	En vigor	2012-06-26	2013-03-01	Plurilateral; Una de las Partes es un ACR
Alianza del Pacífico	ALC & AIE	En vigor	2014-02-10	2016-05-01	Plurilateral
UE - Colombia y Perú - Adhesión del Ecuador	ALC & AIE	En vigor	2016-11-11	2017-01-01	Plurilateral; Una de las Partes es un ACR
Reino Unido - Ecuador y Perú	ALC & AIE	En vigor	2019-05-15	2021-01-01	Plurilateral

Fuente: OMC
Ordenado por fecha de firma del acuerdo.
Definiciones: AIE: Agrupación de Interés Económico; ALC: Acuerdos de Libre Comercio; AAP: Acuerdo de Alcance Parcial; UA: Unian Aduanera; ACE: Acuerdo de Complementación Económica.

El acuerdo comercial de integración económica CAN (Comunica Andina) del cual son miembros Colombia, Perú, Ecuador y Bolivia, es uno de los principales junto con la Alianza del Pacifico, para la ejecución del plan de internacionalización, ya que son de los más desarrollados y completos con los siguientes logros alcanzados:

-Normatividad: El orden jurídico andino que permite a los gobiernos adoptar normas comunitarias de obligatorio cumplimiento.

-Comercio: Intercambio sin arancel del 100% de los bienes, mayoritariamente productos manufacturados, y desarrollo de regímenes comunes en materia aduanera.

-Movilidad de Personas: Los ciudadanos andinos pueden viajar sólo con el documento de identidad, sin necesidad de visa o pasaporte, y cuentan con canales preferenciales de ingreso, así como derechos comunes frente a las empresas de transporte aéreo y terrestre. Además, pueden vivir, trabajar, viajar, estudiar o hacer negocios en otro país andino como si se encontrara en el propio.

-Telecomunicaciones: Se ha logrado poner en órbita del satélite SES-10 en la Red Satelital Andina, hito histórico en el proceso andino de integración.

-Gestión del Riesgo de Desastres: La CAN posee una Estrategia conjunta para la Gestión del Riesgo de Desastres, así como un completo Régimen de Propiedad Intelectual que protege las creaciones del intelecto humano.

-PYMES: Generan el 60 % del empleo en los países de la Comunidad Andina.

3. Plan económico

3.1 Costo del vestido de baño

Para este proyecto, la materia prima será adquirida con algunos proveedores de Econyl (hilo 100% reciclable) que están ubicados en Bogota; En cuando a la mano de obra se piensa tercerizar con talleres de confección llamados satélites ubicados en la ciudad de Bogota y con quienes se han cotizado los costos de maquila. Los costos totales de fabricación por unidad fabricada son:

Tabla 9. Costos de producción

MATERIA PRIMA	CANIDAD Metros	VALOR UNITARIO	TOTAL
Tela	0.50	$ 28,000.00	$ 14,000.00
Resorte	0.50	$ 2,000.00	$ 1,000.00
Copas		$ 2,000.00	$ 4,000.00
$21,000.00			
MANO DE OBRA			
Confección	1	$ 10,000	$ 10,000
Corte	1	$ 1,000	$ 1,000
Diseño	1	$ 3,000	$ 3,000
$14,000.00			
ACCESORIOS			
Sublimación	1	$ 10,000	$ 10,000
Marquilla	1	$ 60	$ 60
Etiqueta	1	$ 400	$ 400
Empaque	1	$ 3,200	$ 3,200
$13,660.00			
COSTO TOTAL		$48,660	
PRECIO DE VENTA NACIONAL		$85,000	
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN %		42.75	

Fuente: Elaboración propia

3.2 Costos de exportación

El plan de internacionalización propone una exportación inicial de 1500 unidades teniendo en cuenta la apertura de mercado y la capacidad interna inicial de producción, para lo cual se ha simulado los costos de exportación a Perú, tomando el incoterm FOB como el termino más favorable para ambas partes y medio de transporte marítimo que partirá del puerto de Buenaventura al puerto El Callao en pais destino.

A continuación, se presenta la matriz de costos proyectados en el simulador de Procolombia:

Ilustración 16. Matriz de costos de la DFI



Fuente: Simulador de costos Procolombia

	Alternativa No.1 -			
Componente	COP	USD	Días	
Productos en fábrica	127.500.000,00	25.716,01		
Empaque	62.569,96	12,62	1	
Embalaje	187.759,46	37,87	1	
Ajuste a la utilidad	49,58	0,01		
Valor EXW	127.750.379,00	25.766,51	2,00	
Unitarización	140.000,00	28,24	0,1	
Manipuleo local exportador	140.000,00	28,24	0,1	
Documentación	87.621,25	17,67	1	
nsporte	672.180,35	135,57	1	
Almacenamiento intermedio	83.810,38	16,90	0,1	
Manipuleo pre embarque	50.000,00	10,08	0,1	
Manipuleo embarque	151.417,95	30,54	0,1	
Bancario	107.690,11	21,72	0,1	
Agentes	842.000,00	169,83	0,1	
Administrativos	90.096,70	18,17	0,1	
Capital inventario	313.722,19	63,28		
Subtotal	130.428.917,93	26.306,76		
Seguro	847.787,97	170,99		
TOTAL DFI PAÍS EXPORTADOR	3.776.705,90	761,74	4,8	
Valor FCA	131.276.675,36	26.447,21	4,70	

Fuente: Simulador de costos Procolombia

Asi mismo, se presenta la factura proforma simulada de los costos DFI para la exportación, donde se evidencia las 15 cajas x 100 unidades de producto cada una con un peso bruto de 24 kg por unidad y 375 kg en el total de la carga y los costos asociados a la exportación. Por cualidades del ejercicio, la empresa importadora en Perú será Saga Falabella y el puerto de destino en este pais será Puerto El Callao.

Ilustración 17. Factura proforma de costos DFI

FACTURA PROFORMA / PROFORMA INVOICE

FACTURA N° / INVOICE: 001 FECHA / DATE: 16-nov.-2022

EXPORTADOR / MANUFACTURER:

Empresa / Company Name: Authentic SA
N.I.T. / N.I.F. / V.A.T. Num.: 1015422377
Nombre / Name: Andrea Cepeda
Dirección / Address: C 69 k 66 67
Ciudad / City: Bogotá País / Country Colombia
Teléfono / Phone: 3057913679

DESTINATARIO / CONSIGNEE

Empresa / Company Name: Saga Fallabela
N.I.T. / N.I.F. / V.A.T. Num.: 123454679
Nombre / Name: Cati Fernandez
Dirección / Address: Puerto El Callao
Ciudad / City: Lima País / Country: Perú
Teléfono / Phone: 946 510 900

MODO DE TRANSPORTE / MODE OF TRANSPORT	INCOTERM	DIMENSIONES / DIMENSION OF SHIPMENT			PESO BRUTO / TOTAL GROSS WEIGHT	UNIDADES DE CARGA / TOTAL NUMBER OF PACKAGES
	FOB	5,90	2,35	2,39	375,00	1,00

POSICIÓN ARANCELARIA / HS CODE	DESCRIPCIÓN / DESCRIPTION	CANTIDAD / QUANTITY	PRECIO UNITARIO USD / UNIT PRICE USD	TOTAL USD / TOTAL USD
61.12.41.00	Vestido de baño Era / / Vestido de baño Rosas	15	1.714,40	25.716,01

SUBTOTAL USD	25.716,01
EMPAQUE Y EMBALAJE	50,50
DESCUENTO / DISCOUNT	-0,00
SEGURO / INSURANCE	170,99
TRANSPORTE Y OTROS / SHIPPING AND HANDLING	540,25
OTROS / OTHERS	0,00
TOTAL USD	**26.477,75**

OBSERVACIONES / OTHERS:

Fuente: Información propia proyectada con Simulador de costos de Procolombia.

3.3 Recursos financieros

Dentro del plan financiero se han calculado los recursos y la proyección financiera del proyecto con el fin de identificar la viabilidad de este y el punto de equilibro mensual en unidades.

Para llevar a cabo el proyecto se tomará una inversión inicial de $ 80.000.000.00 (ochenta millones de pesos colombianos), de los cuales el 70% serán tomados a crédito con una entidad financiera y el restante será capital propio. A continuación, se muestra el desarrollo y la amortización del crédito:

Tabla 10. Amortización de crédito

Credito	70%	5 años
Tasa credito	22.50%	EA

DESARROLLO					
FLUJO - AMORTIZACION DE CREDITO					
INVERSION INICIAL	$ 80,000,000.00				
CREDITO	$ 56,000,000				
PLAZO	60				
TASA	22.50%	1.7056%	MV	1.70555%	

PERIODO	SALDO INICIAL	VR CUOTA	INTERES	ABONO A K	SALDO FINAL
0	$ 56,000,000				$ 56,000,000
1	$ 56,000,000	$1,498,236	$ 955,111	$543,124.87	$ 55,456,875.13
2	$ 55,456,875	$1,498,236	$ 945,848	$552,388.16	$ 54,904,486.97
3	$ 54,904,487	$1,498,236	$ 936,426	$561,809.45	$ 54,342,677.53
4	$ 54,342,678	$1,498,236	$ 926,844	$571,391.41	$ 53,771,286.11
5	$ 53,771,286	$1,498,236	$ 917,099	$581,136.81	$ 53,190,149.30
6	$ 53,190,149	$1,498,236	$ 907,187	$591,048.42	$ 52,599,100.88
7	$ 52,599,101	$1,498,236	$ 897,107	$601,129.07	$ 51,997,971.81
8	$ 51,997,972	$1,498,236	$ 886,854	$611,381.66	$ 51,386,590.15
9	$ 51,386,590	$1,498,236	$ 876,427	$621,809.11	$ 50,764,781.04
10	$ 50,764,781	$1,498,236	$ 865,821	$632,414.41	$ 50,132,366.63
11	$ 50,132,367	$1,498,236	$ 855,035	$643,200.58	$ 49,489,166.05
12	$ 49,489,166	$1,498,236	$ 844,065	$654,170.72	$ 48,834,995.33
13	$ 48,834,995	$1,498,236	$ 832,908	$665,327.96	$ 48,169,667.37
14	$ 48,169,667	$1,498,236	$ 821,560	$676,675.50	$ 47,492,991.87
15	$ 47,492,992	$1,498,236	$ 810,019	$688,216.57	$ 46,804,775.30
16	$ 46,804,775	$1,498,236	$ 798,281	$699,954.48	$ 46,104,820.82
17	$ 46,104,821	$1,498,236	$ 786,343	$711,892.59	$ 45,392,928.22
18	$ 45,392,928	$1,498,236	$ 774,201	$724,034.31	$ 44,668,893.91
19	$ 44,668,894	$1,498,236	$ 761,853	$736,383.11	$ 43,932,510.80
20	$ 43,932,511	$1,498,236	$ 749,293	$748,942.53	$ 43,183,568.27
21	$ 43,183,568	$1,498,236	$ 736,520	$761,716.16	$ 42,421,852.11
22	$ 42,421,852	$1,498,236	$ 723,528	$774,707.65	$ 41,647,144.46
23	$ 41,647,144	$1,498,236	$ 710,315	$787,920.71	$ 40,859,223.74
24	$ 40,859,224	$1,498,236	$ 696,877	$801,359.13	$ 40,057,864.61
25	$ 40,057,865	$1,498,236	$ 683,209	$815,026.76	$ 39,242,837.85
26	$ 39,242,838	$1,498,236	$ 669,308	$828,927.48	$ 38,413,910.37
27	$ 38,413,910	$1,498,236	$ 655,170	$843,065.30	$ 37,570,845.07
28	$ 37,570,845	$1,498,236	$ 640,791	$857,444.24	$ 36,713,400.83
29	$ 36,713,401	$1,498,236	$ 626,167	$872,068.42	$ 35,841,332.41
30	$ 35,841,332	$1,498,236	$ 611,294	$886,942.03	$ 34,954,390.37
31	$ 34,954,390	$1,498,236	$ 596,166	$902,069.32	$ 34,052,321.06
32	$ 34,052,321	$1,498,236	$ 580,781	$917,454.60	$ 33,134,866.46
33	$ 33,134,866	$1,498,236	$ 565,133	$933,102.30	$ 32,201,764.16

34	$ 32,201,764	$1,498,236	$ 549,219	$949,016.87	$ 31,252,747.29
35	$ 31,252,747	$1,498,236	$ 533,033	$965,202.87	$ 30,287,544.42
36	$ 30,287,544	$1,498,236	$ 516,571	$981,664.94	$ 29,305,879.48
37	$ 29,305,879	$1,498,236	$ 499,828	$998,407.78	$ 28,307,471.70
38	$ 28,307,472	$1,498,236	$ 482,799	$1,015,436.17	$ 27,292,035.53
39	$ 27,292,036	$1,498,236	$ 465,481	$1,032,754.99	$ 26,259,280.54
40	$ 26,259,281	$1,498,236	$ 447,866	$1,050,369.20	$ 25,208,911.35
41	$ 25,208,911	$1,498,236	$ 429,952	$1,068,283.82	$ 24,140,627.53
42	$ 24,140,628	$1,498,236	$ 411,732	$1,086,503.99	$ 23,054,123.54
43	$ 23,054,124	$1,498,236	$ 393,201	$1,105,034.91	$ 21,949,088.63
44	$ 21,949,089	$1,498,236	$ 374,354	$1,123,881.89	$ 20,825,206.74
45	$ 20,825,207	$1,498,236	$ 355,185	$1,143,050.31	$ 19,682,156.43
46	$ 19,682,156	$1,498,236	$ 335,690	$1,162,545.66	$ 18,519,610.76
47	$ 18,519,611	$1,498,236	$ 315,862	$1,182,373.52	$ 17,337,237.24
48	$ 17,337,237	$1,498,236	$ 295,696	$1,202,539.55	$ 16,134,697.69
49	$ 16,134,698	$1,498,236	$ 275,186	$1,223,049.52	$ 14,911,648.17
50	$ 14,911,648	$1,498,236	$ 254,326	$1,243,909.31	$ 13,667,738.86
51	$ 13,667,739	$1,498,236	$ 233,111	$1,265,124.86	$ 12,402,613.99
52	$ 12,402,614	$1,498,236	$ 211,533	$1,286,702.26	$ 11,115,911.73
53	$ 11,115,912	$1,498,236	$ 189,588	$1,308,647.68	$ 9,807,264.05
54	$ 9,807,264	$1,498,236	$ 167,268	$1,330,967.39	$ 8,476,296.67
55	$ 8,476,297	$1,498,236	$ 144,568	$1,353,667.77	$ 7,122,628.90
56	$ 7,122,629	$1,498,236	$ 121,480	$1,376,755.31	$ 5,745,873.59
57	$ 5,745,874	$1,498,236	$ 97,999	$1,400,236.63	$ 4,345,636.95
58	$ 4,345,637	$1,498,236	$ 74,117	$1,424,118.44	$ 2,921,518.51
59	$ 2,921,519	$1,498,236	$ 49,828	$1,448,407.56	$ 1,473,110.95
60	$ 1,473,111	$1,498,236	$ 25,125	$1,473,110.95	$ 0.00
			$ 33,894,140.0		

Fuente: Elaboración propia

3.3.1 Flujo de caja a 5 años

Se muestra el flujo de caja de ingresos y egresos, y los índices financieros de evaluación de proyectos de inversión para determinar y evaluar si la inversión es rentable o no, para ello se calcula VPN (Valor Presente Neto) y TIR (Tasa Interna de Retorno).

La proyección se realiza a 5 años, con un aumento del 10% en las ventas anualmente y un incremento en el precio de venta del 9% para el primer año, el 10% para el segundo año, el 12% para el tercer año y el 14% para el cuarto año.

Tabla 11. Flujo de caja Ingresos

2	FLUJO DE CAJA - INGRESOS		
PERIODO	PRECIO VENTA UNT	VENTAS MENSUALES	INGRESO POR VENTAS
0			
1	$85,000	1500	$127,500,000
2	$85,000	1500	$127,500,000
3	$85,000	1500	$127,500,000
4	$85,000	1650	$140,250,000
5	$85,000	1650	$140,250,000
6	$85,000	1650	$140,250,000
7	$85,000	1815	$154,275,000
8	$85,000	1815	$154,275,000
9	$85,000	1815	$154,275,000
10	$85,000	1997	$169,702,500
11	$85,000	1997	$169,702,500
12	$85,000	1997	$169,702,500
13	$92,650	2196	$203,473,298
14	$92,650	2196	$203,473,298
15	$92,650	2196	$203,473,298
16	$92,650	2196	$203,473,298
17	$92,650	2196	$203,473,298
18	$92,650	2196	$203,473,298
19	$92,650	2196	$203,473,298
20	$92,650	2196	$203,473,298
21	$92,650	2196	$203,473,298
22	$92,650	2196	$203,473,298
23	$92,650	2196	$203,473,298
24	$92,650	2196	$203,473,298
25	$101,915	2416	$246,202,690
26	$101,915	2416	$246,202,690
27	$101,915	2416	$246,202,690
28	$101,915	2416	$246,202,690
29	$101,915	2416	$246,202,690
30	$101,915	2416	$246,202,690
30	$101,915	2416	$246,202,690
31	$101,915	2416	$246,202,690
32	$101,915	2416	$246,202,690
33	$101,915	2416	$246,202,690
34	$101,915	2416	$246,202,690
35	$101,915	2416	$246,202,690
36	$101,915	2416	$246,202,690
37	$114,145	2657	$303,321,714
38	$114,145	2657	$303,321,714
39	$114,145	2657	$303,321,714
40	$114,145	2657	$303,321,714
41	$114,145	2657	$303,321,714
42	$114,145	2657	$303,321,714
43	$114,145	2657	$303,321,714
44	$114,145	2657	$303,321,714
45	$114,145	2657	$303,321,714
46	$114,145	2657	$303,321,714
47	$114,145	2657	$303,321,714
48	$114,145	2657	$303,321,714
49	$130,125	2923	$380,355,585
50	$130,125	2923	$380,355,585
51	$130,125	2923	$380,355,585
52	$130,125	2923	$380,355,585
53	$130,125	2923	$380,355,585
54	$130,125	2923	$380,355,585
55	$130,125	2923	$380,355,585
56	$130,125	2923	$380,355,585
57	$130,125	2923	$380,355,585
58	$130,125	2923	$380,355,585
59	$130,125	2923	$380,355,585
60	$130,125	2923	$380,355,585

Fuente: Elaboración propia

El flujo de caja en los egresos se calcula teniendo en cuenta los intereses del crédito, la mano de obra se realizará tercerizada donde se contempla los costos de producción incluyendo la materia prima. También se adicionan costos fijos y otros gastos que equivalen al 25% del ingreso por ventas.

Tabla 12. Flujo de Caja Egresos

Tasa opotunidad	22%	EA
	1.67%	EM

3	FLUJO DE CAJA EGRESOS						
PERIODO	VALOR INVERSION	VALOR INTERES CREDITO	MAQUILA	SERVICIOS Y PAPELERIA	OTROS GASTOS	TOTAL EGRESOS	NETO
0	$ 80,000,000					$ 80,000,000	-$ 80,000,000
1		$ 955,111	$ 72,990,000	$ 656,910	$ 31,875,000	$ 106,477,021	$ 21,022,979
2		$ 945,848	$ 72,990,000	$ 656,910	$ 31,875,000	$ 106,467,758	$ 21,032,242
3		$ 936,426	$ 72,990,000	$ 656,910	$ 31,875,000	$ 106,458,336	$ 21,041,664
4		$ 926,844	$ 80,289,000	$ 722,601	$ 35,062,500	$ 117,000,945	$ 23,249,055
5		$ 917,099	$ 80,289,000	$ 722,601	$ 35,062,500	$ 116,991,200	$ 23,258,800
6		$ 907,187	$ 80,289,000	$ 722,601	$ 35,062,500	$ 116,981,288	$ 23,268,712
7		$ 897,107	$ 88,317,900	$ 794,861	$ 38,568,750	$ 128,578,618	$ 25,696,382
8		$ 886,854	$ 88,317,900	$ 794,861	$ 38,568,750	$ 128,568,365	$ 25,706,635
9		$ 876,427	$ 88,317,900	$ 794,861	$ 38,568,750	$ 128,557,938	$ 25,717,062
10		$ 865,821	$ 97,149,690	$ 874,347	$ 42,425,625	$ 141,315,483	$ 28,387,017
11		$ 855,035	$ 97,149,690	$ 874,347	$ 42,425,625	$ 141,304,697	$ 28,397,803
12		$ 844,065	$ 97,149,690	$ 874,347	$ 42,425,625	$ 141,293,727	$ 28,408,773
13		$ 832,908	$ 117,551,125	$ 1,057,960	$ 50,868,324	$ 170,310,317	$ 33,162,980
14		$ 821,560	$ 117,551,125	$ 1,057,960	$ 50,868,324	$ 170,298,970	$ 33,174,328
15		$ 810,019	$ 117,551,125	$ 1,057,960	$ 50,868,324	$ 170,287,428	$ 33,185,869
16		$ 798,281	$ 117,551,125	$ 1,057,960	$ 50,868,324	$ 170,275,691	$ 33,197,607
17		$ 786,343	$ 117,551,125	$ 1,057,960	$ 50,868,324	$ 170,263,752	$ 33,209,545
18		$ 774,201	$ 117,551,125	$ 1,057,960	$ 50,868,324	$ 170,251,611	$ 33,221,687
19		$ 761,853	$ 117,551,125	$ 1,057,960	$ 50,868,324	$ 170,239,262	$ 33,234,036
20		$ 749,293	$ 117,551,125	$ 1,057,960	$ 50,868,324	$ 170,226,703	$ 33,246,595
21		$ 736,520	$ 117,551,125	$ 1,057,960	$ 50,868,324	$ 170,213,929	$ 33,259,369
22		$ 723,528	$ 117,551,125	$ 1,057,960	$ 50,868,324	$ 170,200,937	$ 33,272,360
23		$ 710,315	$ 117,551,125	$ 1,057,960	$ 50,868,324	$ 170,187,724	$ 33,285,573
24		$ 696,877	$ 117,551,125	$ 1,057,960	$ 50,868,324	$ 170,174,286	$ 33,299,012
25		$ 683,209	$ 141,061,350	$ 1,269,552	$ 61,550,672	$ 204,564,783	$ 41,637,907
26		$ 669,308	$ 141,061,350	$ 1,269,552	$ 61,550,672	$ 204,550,883	$ 41,651,807
27		$ 655,170	$ 141,061,350	$ 1,269,552	$ 61,550,672	$ 204,536,745	$ 41,665,945
28		$ 640,791	$ 141,061,350	$ 1,269,552	$ 61,550,672	$ 204,522,366	$ 41,680,324
29		$ 626,167	$ 141,061,350	$ 1,269,552	$ 61,550,672	$ 204,507,742	$ 41,694,948
30		$ 611,294	$ 141,061,350	$ 1,269,552	$ 61,550,672	$ 204,492,868	$ 41,709,822
31		$ 596,166	$ 141,061,350	$ 1,269,552	$ 61,550,672	$ 204,477,741	$ 41,724,949
32		$ 580,781	$ 141,061,350	$ 1,269,552	$ 61,550,672	$ 204,462,356	$ 41,740,334
33		$ 565,133	$ 141,061,350	$ 1,269,552	$ 61,550,672	$ 204,446,708	$ 41,755,982
34		$ 549,219	$ 141,061,350	$ 1,269,552	$ 61,550,672	$ 204,430,793	$ 41,771,897
35		$ 533,033	$ 141,061,350	$ 1,269,552	$ 61,550,672	$ 204,414,607	$ 41,788,083
36		$ 516,571	$ 141,061,350	$ 1,269,552	$ 61,550,672	$ 204,398,145	$ 41,804,545
37		$ 499,828	$ 168,098,109	$ 1,512,883	$ 75,830,429	$ 245,941,248	$ 57,380,466
38		$ 482,799	$ 168,098,109	$ 1,512,883	$ 75,830,429	$ 245,924,220	$ 57,397,494
39		$ 465,481	$ 168,098,109	$ 1,512,883	$ 75,830,429	$ 245,906,901	$ 57,414,813
40		$ 447,866	$ 168,098,109	$ 1,512,883	$ 75,830,429	$ 245,889,287	$ 57,432,427
41		$ 429,952	$ 168,098,109	$ 1,512,883	$ 75,830,429	$ 245,871,372	$ 57,450,342
42		$ 411,732	$ 168,098,109	$ 1,512,883	$ 75,830,429	$ 245,853,152	$ 57,468,562
43		$ 393,201	$ 168,098,109	$ 1,512,883	$ 75,830,429	$ 245,834,621	$ 57,487,093
44		$ 374,354	$ 168,098,109	$ 1,512,883	$ 75,830,429	$ 245,815,774	$ 57,505,940
45		$ 355,185	$ 168,098,109	$ 1,512,883	$ 75,830,429	$ 245,796,605	$ 57,525,109
46		$ 335,690	$ 168,098,109	$ 1,512,883	$ 75,830,429	$ 245,777,110	$ 57,544,604
47		$ 315,862	$ 168,098,109	$ 1,512,883	$ 75,830,429	$ 245,757,282	$ 57,564,432
48		$ 295,696	$ 168,098,109	$ 1,512,883	$ 75,830,429	$ 245,737,116	$ 57,584,598
49		$ 275,186	$ 199,126,452	$ 1,792,138	$ 95,088,896	$ 296,282,673	$ 84,072,913
50		$ 254,326	$ 199,126,452	$ 1,792,138	$ 95,088,896	$ 296,261,813	$ 84,093,773
51		$ 233,111	$ 199,126,452	$ 1,792,138	$ 95,088,896	$ 296,240,597	$ 84,114,988
52		$ 211,533	$ 199,126,452	$ 1,792,138	$ 95,088,896	$ 296,219,020	$ 84,136,566
53		$ 189,588	$ 199,126,452	$ 1,792,138	$ 95,088,896	$ 296,197,074	$ 84,158,511
54		$ 167,268	$ 199,126,452	$ 1,792,138	$ 95,088,896	$ 296,174,755	$ 84,180,831
55		$ 144,568	$ 199,126,452	$ 1,792,138	$ 95,088,896	$ 296,152,054	$ 84,203,531
56		$ 121,480	$ 199,126,452	$ 1,792,138	$ 95,088,896	$ 296,128,967	$ 84,226,619
57		$ 97,999	$ 199,126,452	$ 1,792,138	$ 95,088,896	$ 296,105,485	$ 84,250,100
58		$ 74,117	$ 199,126,452	$ 1,792,138	$ 95,088,896	$ 296,081,604	$ 84,273,982
59		$ 49,828	$ 199,126,452	$ 1,792,138	$ 95,088,896	$ 296,057,315	$ 84,298,271
60		$ 25,125	$ 199,126,452	$ 1,792,138	$ 95,088,896	$ 296,032,611	$ 84,322,974

Valor Presente Neto	VNA	$1,531,984,260.93
Tasa Interna de Retorno	TIR	28.91%
Índice de rentabilidad o Razón Beneficio/Costo		20.15

Fuente: Elaboración propia

Al realizar el análisis de los índices financieros encontramos que la inversión es viable, dejando una rentabilidad favorable en el plazo de los 5 años.

Por otro lado, se calcula el punto de equilibrio en unidades mensuales a vender con el fin de definir la cantidad ideal para que los ingresos de la empresa cubran los gastos fijos y variables. En ese orden de ideas, según el cálculo realizado se requieren ventas mínimas de 662 unidades mensuales para no ganar ni perder.

Tabla 13. Punto de equilibrio

Costos Fijos Mensuales	
Descripción	**Importe**
Servicios y Papeleria	$ 656,910
Otros costos	$ 23,400,000
Total CF	**$ 24,056,910**

Costos Variables x Unidad	
Descripción	**Importe**
Materia Prima	21000
Mano de obra	$14,000
Accesorios	13660
Total CF	**$ 48,660**

Precio de venta	**$85,000**

Punto de Equilibrio en Unidades	662.00

Fuente: Elaboración Propia

4. Metodología de la investigación

4.1 Tipo de investigación

El alcance de esta investigación abarca la consecución de toda la información necesaria para desarrollar el plan exportador, desde el estudio de las economías de los países involucrados, principalmente del país destino, como la cultura, las costumbres, la demografía y el comportamiento del consumidor entre otros, para lograr este alcance, determinamos a continuación el enfoque de la investigación mediante el tipo y método de investigación seleccionados.

Se realizo una investigación aplicada y descriptiva, que busca la aplicación o utilización de conocimientos, desde una o varias áreas especializadas, con el propósito de implementarlos de forma práctica para satisfacer necesidades concretas, proporcionando una solución a problemas del sector social o productivo, siendo en este caso el diseño de un plan exportador de vestidos de baño de mujer a Perú y a su vez teniendo en cuenta las condiciones comerciales con este mercado

4.2 Metodología de investigación

La investigación tiene una metodología de investigación de Observación cualitativo, tomamos notas de campo sobre el comportamiento y actividades de los individuos en el sitio de investigación, también se aplicó el método inductivo, haciendo referencia al análisis de problema de una manera lógica, tomando como referencia datos reales por medio de la observación incluyendo problemas y explicaciones de fenómenos del estudio para así generar conclusiones.

4.2.1 Población

La población que se tomó para la realización de este estudio, fueron los habitantes de Lima, Perú, siendo un elemento de referencia a tomar para la idea de negocio. Se realizo un acercamiento personal con población femenina de 3 universidades del Perú por medio de la inmersión académica y se analizó a nivel general el mercado textil productor de vestidos de baño para dama y su distribución.

4.2.2 Fuentes de recolección de la información.

Adicional a la visita académica realizada en el Perú y el acercamiento con la cultura peruana experimentada por un lapso de 7 días. Las fuentes para la recolección de la información para la elaboración del plan exportador propuesto se componen de información otorgada por las fuentes consultadas a través de internet que son de carácter confiable y las cuales aportaron a la investigación, siendo las entidades de PROCOLOMBIA, Legiscomex, DANE, MINCETUR algunos medios de prensa reconocidos, siendo estas fuentes confiables para este tipo de investigación.

En cuanto a las técnicas de la recolección de la información, las empleadas en este plan exportador y por medio de las cuales se desarrollaron los objetivos de este proyecto fueron el internet, teniendo en cuenta paginas como PROCOLOMBIA, siendo la entidad encargada de promover las exportaciones a través de la identificación de mercados internacionales, contando con estrategias para la penetración de mercados, entre otras ayudas que ofrece actualmente para este tipo de proyectos.

4.5 Resultados del proyecto

Los resultados obtenidos producto del proyecto planteado fueron los siguientes:

- En primera medida con el uso de los métodos de investigación y el análisis de la información recolectada, logramos obtener un panorama mucho más claro del mercado objetivo y pudimos ubicarnos en un contexto más real para el desarrollo del plan de internacionalización.
- Seguidamente entramos en el coste del producto a exportar para evaluar la rentabilidad, luego de realizar el análisis encontramos viable la idea de negocio y desarrollamos las estrategias para su comercialización en Perú.
- Luego de la elaboración del diagnóstico de la internacionalización nos encontramos con una serie de factores para tener en cuenta a la hora de comercializar un producto a nivel internacional y entramos a analizar los diferentes acuerdos comerciales y políticas económicas del país destino lo que nos permitió entender que dentro del proyecto se deben contemplar todos los factores involucrados en una negociación y su importancia. Las alianzas comerciales entre países involucrados son claves a la hora de concretar este tipo de proyectos ya que facilitan el proceso, e incluso sin haber aun penetrado el mercado, ya nos convierten en socios comerciales.
- Con la elaboración del presupuesto económico ya sabemos cuánto dinero es necesario para iniciar la ejecución del proyecto, esto nos dio un panorama económico más aterrizado.
- Durante todo el proceso de desarrollo de este ejercicio surgieron muchas dudas e incertidumbre, hubo momentos donde pensamos que no era posible realizarlo, ya que es en la práctica donde se empiezan a encontrar barreras que nos pueden cambiar el enfoque, pero teniendo un direccionamiento claro de lo que se tiene que hacer y a lo que

se quiere llegar, ese cambio de enfoque se vuelve positivo ya que permite pensar más allá de lo que tenía pensado y tomen la decisión de arriesgarse a crecer de una manera eficiente y efectiva.

4.5.1 Descripción de los impactos para el área.

Con la realización de este plan de internacionalización, causaremos un gran impacto en la economía del país, ya que estamos contribuyendo con la balanza comercial de manera positiva incrementando las exportaciones. Además, como empresa comercializadora, será muy favorable establecer relaciones comerciales internacionales ya que esto nos permite ampliar nuestro nicho de mercado y crecer como compañía exponencialmente. El hecho de realizar apertura de mercado en el vecino país nos permitirá dar a conocer nuestra empresa en el ámbito internacional, lo que sin duda nos seguirá abriendo puertas en otras economías.

En cuanto a la parte social empresarial, el hecho de crear empresa y querer ampliarnos a mercados internacionales, traerá gran impacto con la contribución en el aumento de la empleabilidad, la calidad de vida y mayores oportunidades para los empleados, así como la contribución con el desarrollo socioeconómico de la región en que se ubica la empresa y el país en general.

La búsqueda en el crecimiento del comercio internacional causará gran impacto en la industria nacional, ya que será un incentivo a que cada vez más productores y comerciantes se proyecten y busquen la innovación en sus empresas y se motiven al crecimiento, estimulando la cultura de la productividad, de la innovación y de la incorporación de nuevas tecnologías para dar a conocer sus marcas y productos a nivel

mundial. Esto también invita a los gobiernos y a los empresarios a buscar alternativas idóneas y eficaces, que les permitan ampliarse a nuevos mercados de manera competitiva.

5. Recomendaciones y sugerencias

Para nosotros como empresa comercializadora, es muy importante construir una estructura organizacional que permita distribuir las funciones y responsabilidades entre los miembros de la organización. El gerente debe estar a cargo de la función administrativa y delegar las demás labores a los jefes de cada área de la organización con el fin de cumplir con los objetivos organizaciones.

La empresa debe incorporar sistemas integrados de gestión, este punto debe ser realizado con premura con el fin de buscar que al momento de hacer la primera exportación la organización tenga los certificados respectivos. Authentic S.A, debe implementar una plataforma eficaz que permita sistematizar los procesos de producción en logística con la gestión de inventarios, fichas técnicas, comunicación con proveedores e información con clientes.

Es necesario desarrollar un portal web que integre todo lo relacionado con las labores de la empresa, así como el desarrollo del producto destacando sus características y valor agregado, esto permitirá aumentar el potencial de mercado de la empresa, ayudando así al mercadeo en el país destino.

Respecto al mercado objetivo, es necesario realizar un estudio de mercado mucho más minucioso para lograr establecer con claridad nuestras competencias en cuanto a precio y calidad, con la finalidad de garantizar la sostenibilidad y el crecimiento de la empresa.

Es recomendable tener un enfoque en la consecución de nuevos clientes y la conquista de nuevos mercados internacionales que nos permita encontrar nuevas

necesidades que nos inviten a la innovación y creación de soluciones orientadas a la mejora continua y al crecimiento y sostenibilidad de la empresa.

Es recomendable realizar una evaluación más profunda en los costos de productos en los que incurre la empresa con el fin de determinar cómo disminuir estos y, a su vez, establecer economías de escala de manera que al producir grandes cantidades mitiguen los costos de transporte.

Conclusiones

Con el desarrollo de este informe, partiendo desde la experiencia de la inmersión en la cultura Peruana y la oportunidad que se obtuvo al interactuar y compartir con otras academias y de conocer empresas con una estructura organizacional tan sólida y un músculo económico y financiero de gran impacto para la economía nacional Peruana, y luego con la realización del proyecto del plan de internacionalización, podemos concluir que una gran manera de adquirir conocimientos y de enriquecer el aprendizaje es dándose la oportunidad de vivir este tipo de experiencias, ya que al conocer otras culturas, otras economías con mentes innovadoras y de detallar que desde el aporte de cada persona, se puede lograr que un País tenga crecimiento y desarrollo positivo, se puede entender que es necesario abrir la mente para pensar en grande. Este ejercicio brindo una perspectiva de cultura y economía que se puede aplicar al entorno profesional para contribuir con la mejora a nivel social, empresarial y del País en general.

Por otro lado, se concluye viable la idea de negocio para internacionalizar trajes de baño para dama fabricados con materia prima amigable con el medio ambiente, ya que luego de analizar el mercado objetivo y hacer la evaluación de costos nos dio un margen de rentabilidad positivo.

Lista de referencias

Textiles Panamericanos, (2022). *Textiles y Confecciones en Colombia Cifras, panorama y tendencias.* Recuperado de https://textilespanamericanos.com/textiles-panamericanos/2022/05/textiles-en-colombia/

Invest In Colombia. (s.f.). *Industria de la moda*. Recuperado de https://investincolombia.com.co/es/sectores/manufacturas/industria-de-la-moda#:~:text=Colombia%20se%20ha%20posicionado%20como,alrededor%20de%20600%20mil%20personas

La República. (2021). *La exportación de vestidos de baño ha aumentado más de 20% en lo corrido del año.* Recuperado de https://www.larepublica.co/empresas/la-exportacion-de-vestidos-de-bano-ha-aumentado-mas-de-20-en-lo-corrido-del-ano-3209788

Procolombia. (2022). *Exportaciones de vestidos de baño hacen su 'agosto' para la temporada de vacaciones.* Recuperado de https://prensa.procolombia.co/exportaciones-de-vestidos-de-bano-hacen-su-agosto-para-la-temporada-de-vacaciones

Valora Analitik. (2022). *Crecen las exportaciones de vestidos de baño en Colombia.* Recuperado de https://www.valoraanalitik.com/2022/07/03/crecen-las-exportaciones-de-vestidos-de-bano-en-colombia/

Surferule (2020). *Destino Surf, Lima*. Recuperado de https://www.surferrule.com/destino-surf-lima-peru/

Perú Travel. (s.f). *Experiencia Surf en Lima*. Recuperado de https://www.peru.travel/es/experiencias/surf-en-lima

Instituto de Investigación de la Facultad de Ingeniería Geológica. (2002). El desarrollo sostenible en el Perú y la comisión de ambiente y ecología. Recuperado de https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/geologia/v05_n10/desa_sost e.htm#:~:text=El%20desarrollo%20sostenible%20busca%20mejorar,una%20fuente%20de%20econom%C3%ADa%20estable

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (s.f). *Perfil de Perú*. Recuperado de https://www.mincit.gov.co/getattachment/c74f1b45-4fd0-42a6-a34c-545d8749a97d/peru.aspx

Banco Mundial. (2022). *Perú panorama general*. Recuperado de https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview

Ministerio de Relaciones Exteriores (2022). *Comunidad Andina*. Recuperado de https://www.cancilleria.gov.co/international/regional/can

Procolombia (2022). *Simulador de costos DFI*. Recuperado de Surferule (2020). Destino Surf, Lima. Recuperado de https://www.cancilleria.gov.co/international/regional/can

SUTEX (2022). *Compromiso Ambiental*. Recuperado de https://www.sutex.com/institucional/ambiental/

AQUAFIL (2022). *Sustainability*. Recuperado de https://www.aquafil.com/our-values/

ECONYL (2022). *Discover Econyl.* Recuperado de https://www.econyl.com/