



Universidad
Pontificia
Bolivariana

STFGGROUP S.A.

STF GROUP S.A.S.

LEIDY TATIANA AYALA
ALEJANDRA PALACIOS
CLAUDIA MARTÍNEZ

GRUPO 7

PROFESOR: JULIO RAMÍREZ

SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

2019

TABLA DE CONTENIDO

1. ANTEPROYECTO	5
1.1 PROBLEMA	5
1.1.1 Identificación del problema	5
1.1.2 Formulación del problema	5
1.1.3 Descripción del problema	5
1.2 JUSTIFICACIÓN	5
1.3 OBJETIVOS.....	6
1.3.1 Objetivo General	6
1.3.2 Objetivos Específicos	6
1.4 CRONOGRAMA	7
2. DIAGNOSTICO DEL SECTOR Y LA EMPRESA	7
2.1 CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR.....	7
2.1.1 Importancia del sector Confecciones en la Economía Colombiana	7
2.1.2 Representación en el PIB, PIB industria, producción y ventas.....	8
2.1.3 Contribución al empleo.	11
2.1.4 Exportaciones, importaciones y balanza comercial del sector.....	12
2.1.5 Comercio Mundial del sector.....	15
2.2 ANÁLISIS DE LA EMPRESA	17
2.2.1 Indicadores de tamaño de la empresa (Ventas, activos, utilidad y patrimonio)	17
2.2.2 Indicadores de liquidez (Ratio Corriente, Prueba Ácida, Capital de trabajo).....	21
2.2.3 Indicadores de endeudamiento.....	23
2.2.4 Indicadores de rentabilidad: (Utilidad neta/ ventas, Rentabilidad de activos, Utilidad neta/ patrimonio, Utilidad operacional / ventas)	26
2.2.5 Indicadores de Eficiencia. (Rotación de Inventarios)	29
2.2 ANÁLISIS DE LA EMPRESA	30
3. SELECCIÓN DE MERCADOS	33
3.1 SELECCIÓN DE PAÍS.....	33
3.2 CONDICIONES DE ACCESO.....	38
3.2.1 Acuerdos comerciales que favorecen la operación	38
3.2.2 Condiciones arancelarias	38
3.2.3 Condiciones no arancelarias	39

3.2.4 SEGMENTACIÓN	41
3.3 PRODUCTO, PRECIO, PUNTO DE VENTA Y PROMOCIÓN	42
3.3.1 PRODUCTO	42
3.3.2 PRECIO	47
3.3.3 PUNTO DE VENTA	50
3.3.4 PROMOCIÓN:.....	52
3.5 ESTRATEGIA DE INMERSIÓN	55
4..... LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN ADUANERA	56
4.1 CANTIDADES A EXPORTAR.....	56
4.2 EMPAQUE Y EMBALAJE DEL PRODUCTO	56
4.3 PRECIO DE VENTA INTERNACIONAL	59
4.4 TÉRMINO INCOTERM A NEGOCIAR	60
4.5 RUTA INTERNACIONAL DE LA OPERACIÓN	60
5. EVALUACIÓN FINANCIERA	61

1. ANTEPROYECTO

1.1 PROBLEMA

1.1.1 Identificación del problema

Oportunidades comerciales del producto pantalón largo Denim para mujer de la empresa STF Group S.A, identificando el posicionamiento que tiene este producto para expandirse en el mercado internacional.

1.1.2 Formulación del problema

¿Cuáles son las oportunidades comerciales del producto pantalón Denim de la empresa STF Group en un mercado internacional?

1.1.3 Descripción del problema

La empresa STF Group fue fundada hace más de 25 años con la misión de resaltar la belleza de las mujeres latinas. Dado al gran posicionamiento de la marca en Colombia, la empresa ha implementado diferentes estrategias de internacionalización que le ha permitido expandir su mercado en diferentes países de Latinoamérica tales como México, Costa Rica, Panamá, Chile, Ecuador, Guatemala y Perú.

La manera como se reaccione ante los retos y oportunidades que impondrán las grandes potencias, es la mejor forma de mantener un sostenimiento a la competitividad internacional. Un ejemplo claro son los Estados Unidos, donde empresas como STF Group tendrán que ser más agresivas comercialmente para aprovechar la enorme capacidad de consumo y la importancia relativa que ha ganado la población hispana.

1.2 JUSTIFICACIÓN

Esta investigación se realiza con el fin de analizar las oportunidades comerciales que tiene STF Group S.A con el producto pantalón largo Denim para mujer teniendo en cuenta el proceso de internacionalización que ha tenido a lo largo de los años esta empresa colombiana que ha logrado posesionarse en el exclusivo mundo de los pantalones de Denim. Se presentan las diferentes estrategias que esta empresa utiliza (exportaciones, montaje de distribuidoras en el exterior e inversión extranjera y franquicias), los mercados donde tiene presencia en más de cinco países en Latinoamérica, además de esto se proponen estrategias para llegar a otros

mercados del exterior donde la empresa aún no tiene presencia. Desde sus inicios, se enfocó en la construcción de marca y aún hoy es una de sus prioridades; fue muy agresiva en su estrategia de segmentación de mercados; en el diseño de nuevos productos; en la calidad de sus procesos e insumos y en un adecuado desarrollo logístico que le permitiera cumplir los pedidos. Con este nuevo diseño STF Group S.A quiere resaltar la belleza de las mujeres en tanto en Colombia, como alrededor del mundo.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Determinar las diferentes oportunidades comerciales internacionales que tiene la empresa STF Group con el producto pantalón Denim para dama.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Crear una estrategia de internacionalización enfocada al producto pantalón Denim de la empresa STF Group S.A que se adapte al mercado objetivo
2. Identificar el mercado potencial realizando una investigación de mercados para definir las condiciones de acceso.
3. Analizar los diferentes indicadores financieros con el fin conocer la liquidez, solvencia y rentabilidad de la empresa STF Group S.A para expandirse en el mercado exterior.
4. Definir el canal de distribución óptimo para la empresa STF Group S.A teniendo en cuenta el proceso logístico que sitúa el producto en el mercado internacional.

1.4 CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	Mes			
	1	2	3	4
Determinación de los referentes teóricos y metodológicos para la investigación de selección de la estrategia de STF Group.	X	X		
Cálculo de indicadores de comercio intrarregional, comercio extra regional y de intensidad de comercio para el sector confecciones en Santander		X	X	X
Análisis de la estructura productiva del sector confecciones en el país seleccionado mediante la matriz de selección.			X	X
Análisis de la Información				X
Publicación de la investigación				

2. DIAGNOSTICO DEL SECTOR Y LA EMPRESA

2.1 CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR

2.1.1 Importancia del sector Confecciones en la Economía Colombiana

El sector Sistema Moda está compuesto por dos sectores de producción: Textiles y Confecciones, y Cuero, Calzado y Marroquinería. Cada uno está compuesto por varios eslabones con interdependencia entre sí:

Grafico 1. Subsectores de Sistema Moda



Textiles y Confecciones:

- Fibras (incluye algodón y fibras sintéticas)
- Hilaturas
- Textiles
- Confecciones



Cuero, Calzado y Marroquinería:

- Curtiembre
- Insumos (incluye herrajes, suelas, plantillas, tacones, hormas)
- Marroquinería
- Calzado

Fuente: Inexmoda

El sector Sistema Moda tiene una tradición de más de 100 años en Colombia, ha experimentado grandes cambios en innovación y tecnología y es hoy en día uno de los sectores más dinámicos del país y de los que más empleos genera, con cerca de 600.000.

Este sector se basa en el talento humano altamente calificado, creativo y competitivo, acompañado de la apropiación de una cultura nacional hacia la productividad y la competitividad, apoyada por el Gobierno e impulsada por numerosos casos exitosos a nivel mundial.

Colombia es un referente en mercados de alto valor agregado en el ámbito nacional e internacional, líder en exportaciones en la región. La industria colombiana tiene un excelente posicionamiento en la región por su calidad, mano de obra y diseños exclusivos, esto sumando a su red de tratados y posición estratégica lo hace una plataforma exportadora ideal para aquellas empresas que quieren ampliar sus operaciones en América latina.

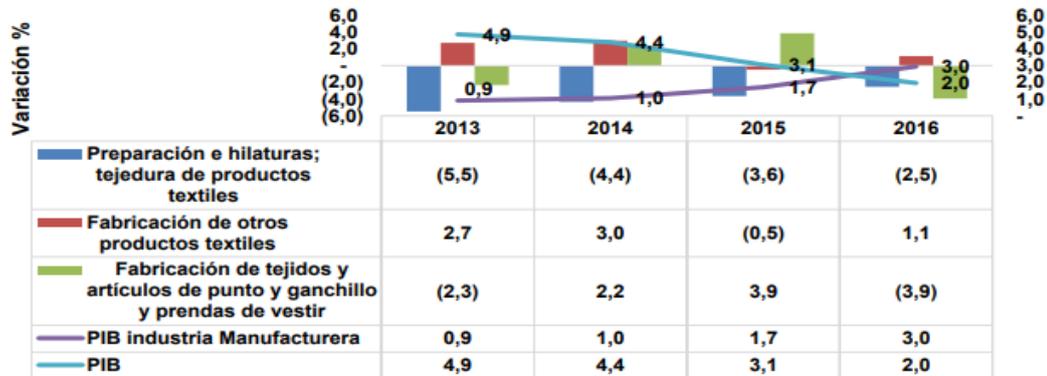
El sector textil, confección, diseño y moda ha sido tradicionalmente un sector importante para la economía colombiana y ha tenido un alto crecimiento en sus exportaciones. A nivel mundial, una serie de tendencias han moldeado la industria en los últimos años.

2.1.2 Representación en el PIB, PIB industria, producción y ventas.

2.1.2.1 PIB

Para el año 2016, la industria manufacturera experimentó un crecimiento del 3,0% comparado con el año anterior, jalonado por el incremento de fabricación de productos de la refinación del petróleo en 23,2%, elaboración de bebidas en 8,4%; y fabricación de productos de molinería en 4,8%, lo cual significó el 11,2% de participación en el PIB Nacional. Por su parte el sector textil-confecciones tuvo una participación del 8,8% en el PIB de la industria manufacturera (La actividad de preparación e hilaturas y tejedura de productos textiles y fabricación de tejidos y prendas de vestir presentaron una variación negativa del 2,5% y 3,9% respectivamente, contrario a esta situación la actividad de fabricación de otros productos textiles evidenció un aumento del 1,1%).

Grafico PIB Sectorial



Fuente: OICA (2017) - Elaboración Grupo de Estudios Económicos y Financieros – Supersociedades.

2.1.2.2 PIB Industria

Desde el sector de producción, las empresas de confecciones corresponden a la manufacturación de diversas prendas de vestir. Según el informe de mitad de año el Ministerio de Comercio, dicho mercado representa el 8.8% del total del PIB industrial en Colombia, haciendo del país un referente líder en producción de moda a nivel internacional.

De igual manera, la creación e innovación de diseños junto a las herramientas tecnológicas hacen parte esencial de las industrias al generar mayor competitividad y productividad con otros países.

2.1.2.3 Producción

Grafico Producción anual del sector sistema moda



Fuente: Colombia Productiva / MARO

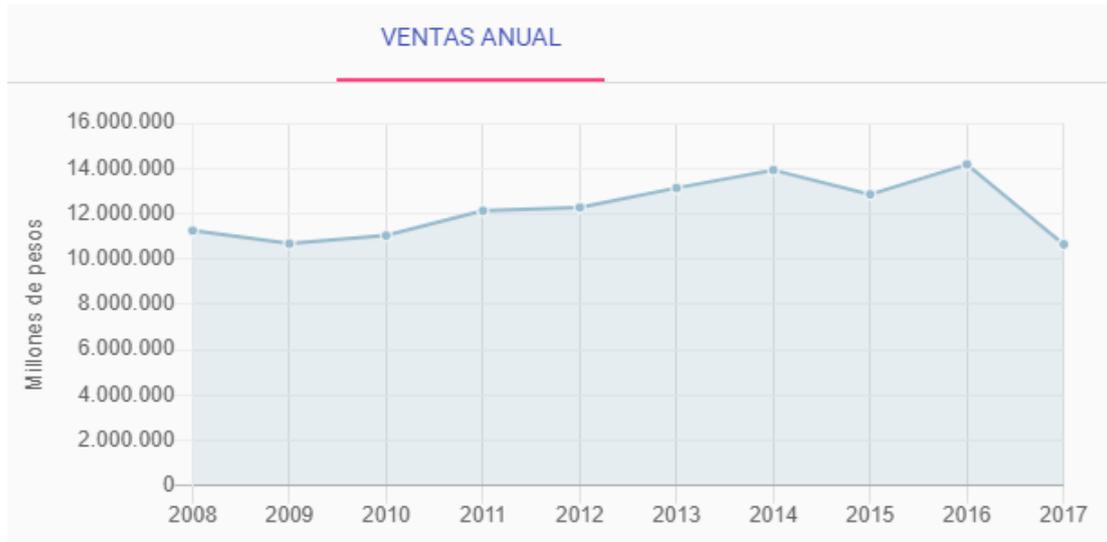
En términos generales, la gráfica indica que el comportamiento de la producción del sector confecciones durante los últimos años, para el cual en 2017 obtuvo una caída de 6.10% respectivamente al año anterior. Este sector siempre ha tenido una tendencia positiva, pero se puede observar tuvo una leve disminución en la producción para el 2017 registrando 11.498.138 (millones de pesos) lo cual indica que no fue un año favorable para el sector.

Sin embargo, de acuerdo con la Encuesta Mensual Manufacturera (EMM) del DANE, una de las actividades que tuvo mayores variaciones positivas en la industria fueron las manufacturas, para el 2018 el vestuario y el calzado fue el segundo grupo que más creció en 2018 (4.71%) después de cultura y diversión.

Tanto la producción de textil como de confecciones mejoraron su índice en el acumulado de del año 2018. Este comportamiento se ve explicado por un incremento en el uso de la capacidad instalada y a su vez en la mayor confianza industrial.

2.1.2.4 Ventas

Grafico 4. Ventas anuales del sector sistema moda.



Fuente: Colombia Productiva / MARO

De acuerdo a la gráfica, las ventas del sector en el año 2017 decrecieron en un -24,89% con respecto al año anterior, registrando un total de 10.644.504 (millones de pesos).

2.1.3 Contribución al empleo.

Grafico 5. Contribución anual de empleo del sector sistema moda



Fuente: Colombia Productiva / MARO

Entre el 2010 al 2018 el sector tenido ciertas variaciones en donde su mayor desempeño fue en el año 2016 para luego decaer hasta el año 2018. Sin embargo, el sector moda se ha

desempeñado en ser uno de los más importantes generadores de empleo manteniendo un rango entre los 450.000 a los 500.000 puestos ocupados en el sector.

Tabla Contribución de empleo del sector sistema moda por departamentos

Número de ocupados

CIIU Rev. 3.1 A.C.	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	TCAC 2018/2010
Bogotá, D.C.	110.949	124.403	130.295	130.274	133.526	127.415	125.531	117.571	123.507	1,4
Antioquia	103.854	117.224	127.315	119.224	127.860	123.277	134.869	115.032	113.290	1,1
Valle del Cauca	46.916	41.676	48.542	44.603	49.568	51.679	62.154	60.666	47.714	0,2
Atlántico	24.089	23.483	23.852	23.877	23.130	24.783	28.714	25.204	30.636	3,1
Santander	23.535	23.710	21.615	24.347	22.878	24.276	23.791	24.124	21.608	-1,1

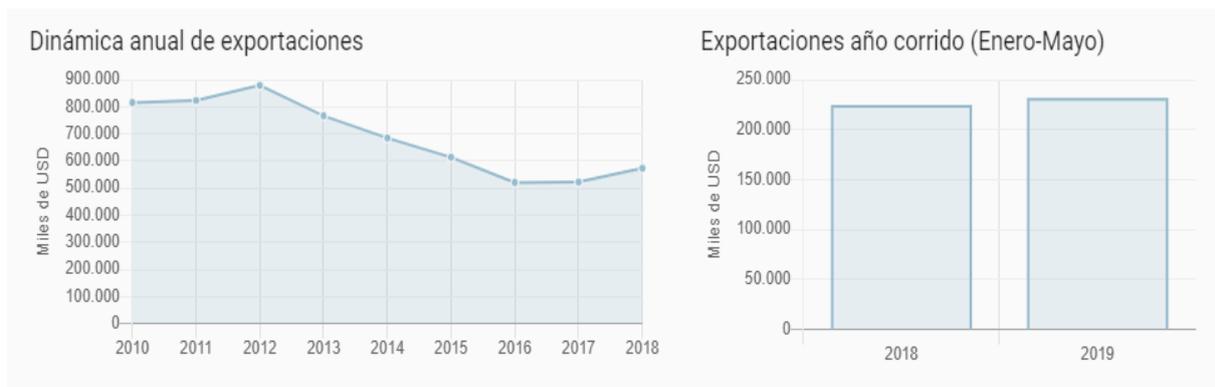
Fuente: Colombia Productiva / MARO

El sector ha contribuido representativamente a departamentos como Atlántico con un crecimiento de 3,1% Antioquia con 1,1% y la ciudad de Bogotá con un 1,4% a diferencia de Santander que ha disminuido la tasa de empleo a un -1,1%.

2.1.4 Exportaciones, importaciones y balanza comercial del sector.

2.1.4.1 Exportaciones

Grafico Exportaciones anuales del sector Sistema moda

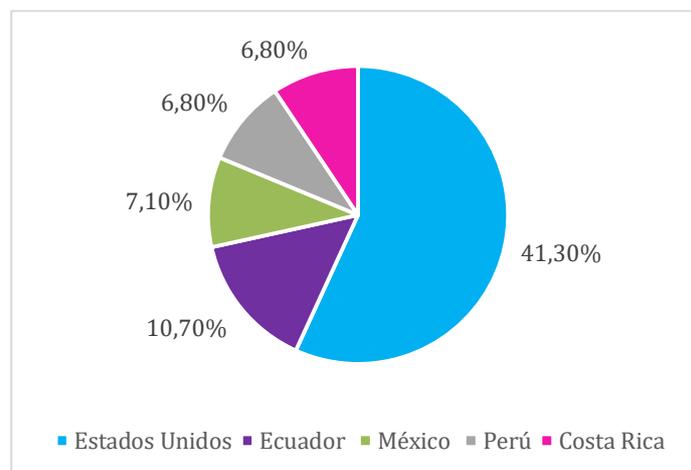


Fuente: Colombia Productiva / MARO

Colombia cuenta con un tejido empresarial amplio, con 1.333 empresas exportadoras llegando a 107 países del mundo, por lo que la dinámica de exportaciones nos muestra una tasa de crecimiento de 9.84% de las exportaciones del 2018 con respecto al año anterior, registrando 573.531 (miles USD) en exportaciones conjuntas de productos como ropa interior femenina y masculina, ropa de hogar, fajas y ropa de control, ropa formal, suéteres, vestidos de baño femeninos y masculinos, calcetería, ropa de bebe /infantil, ropa deportiva, uniformes, ropa casual, calzado, manufacturas de cuero, joyería y bisutería entre otros.

Los principales destinos de exportación fueron: Estados Unidos con el 41,3% de participación, Ecuador con el 10,7% de participación, México con el 7,1% de participación, Perú con el 6,8% y Costa Rica con el 5,8%. (*Fuente: Inexmoda 2018*)

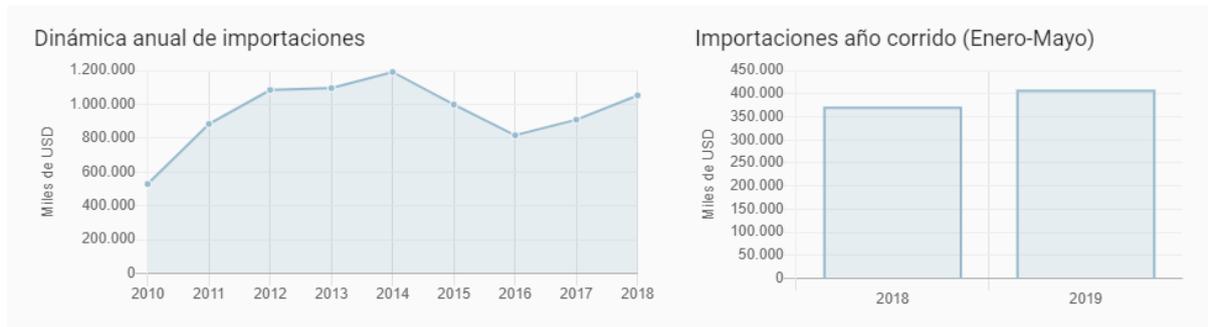
Grafico Principales destinos de exportación del sector.



Fuente: Inexmoda

2.1.4.2 Importaciones

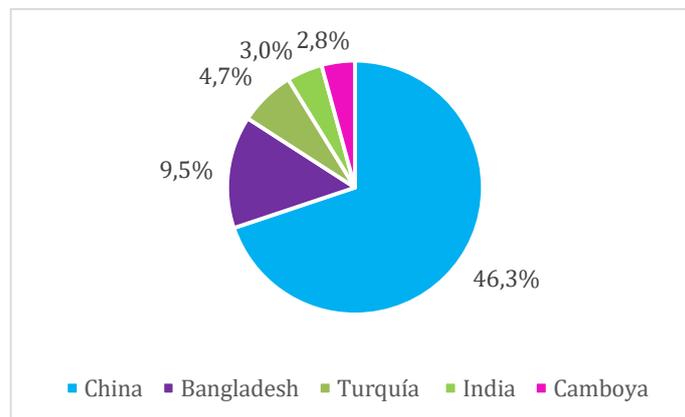
Grafico. Importaciones anuales del sector sistema moda.



Fuente: Colombia Productiva / MARO

Según la dinámica de importaciones, para el año 2018 Colombia registro 1.052.226 miles de USD en productos de la cadena tales como seda, lana, algodón, fibras sintéticas, al igual que prendas con producto terminado entre otros.

Grafico Principales países origen de importaciones.

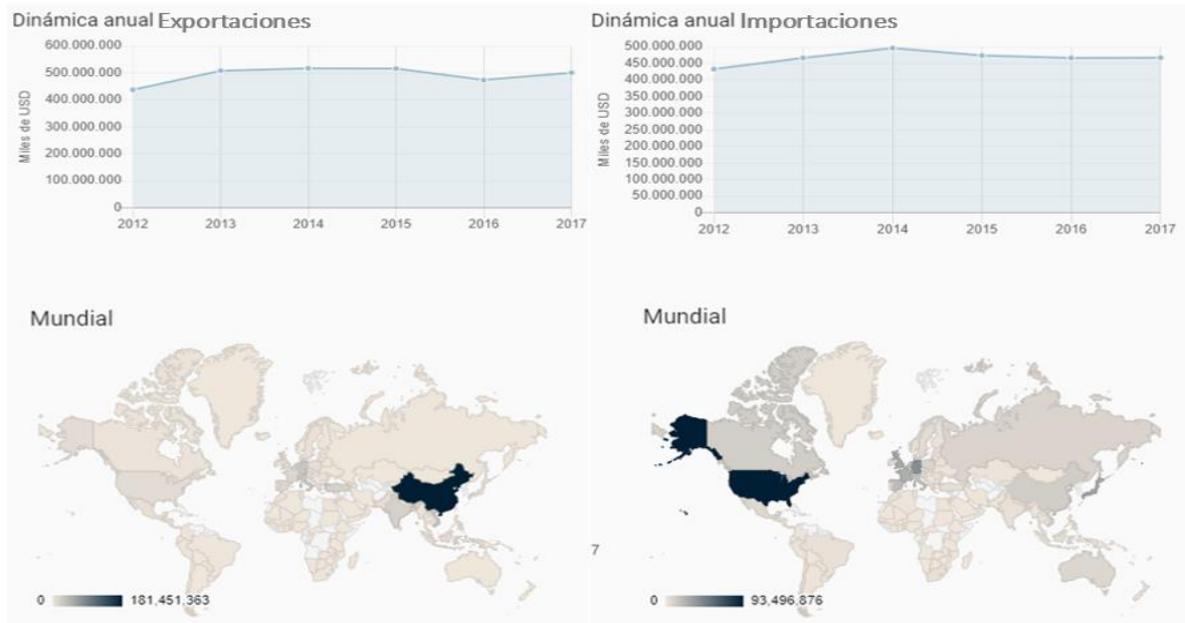


Fuente: Inexmoda

Los principales Países Origen de Importaciones en el 2018: China con el 46,3% de participación, Bangladesh con el 9,5% de participación, Turquía con el 4,7%, India 3% y Camboya 2,8%. (Fuente: Inexmoda)

2.1.5 Comercio Mundial del sector

Grafico Exportaciones e Importaciones Anuales en el Mundo.



Fuente: Colombia Productiva / MARO

De acuerdo a la dinámica de las exportaciones, aunque se puede notar una estabilidad en cuanto al total de exportaciones en el mundo a lo largo de los últimos años, este ha tenido una leve tasa de crecimiento en el año 2017, registrando 500.605.253 (miles de USD), 5,64% más que el año anterior.

Las importaciones aumentaron igualmente, pero en una medida mínima, registrando 467.552.228 (miles de USD), 0,16% más en comparación al año 2016.

Tabla Principales países exportadores e importadores

Países Exportadores	2016	2017	Var %	Países Importadores	2016	2017	Var %
China	179.740.003	181.451.363	1,0	Estados Unidos	93.800.058	93.496.876	-0,3
Alemania	23.930.915	28.089.280	17,4	Alemania	38.660.579	41.309.858	6,9
Italia	25.053.060	26.709.109	6,6	Japón	28.572.989	28.791.656	0,8
Vietnam	24.046.242	26.281.474	9,3	Reino Unido	27.318.269	27.068.375	-0,9
India	18.843.516	19.324.935	2,6	Francia	24.421.589	25.443.335	4,2

Fuente: Colombia Productiva / MARO

2.1.2.5 Acuerdos comerciales

Tabla Acuerdos comerciales

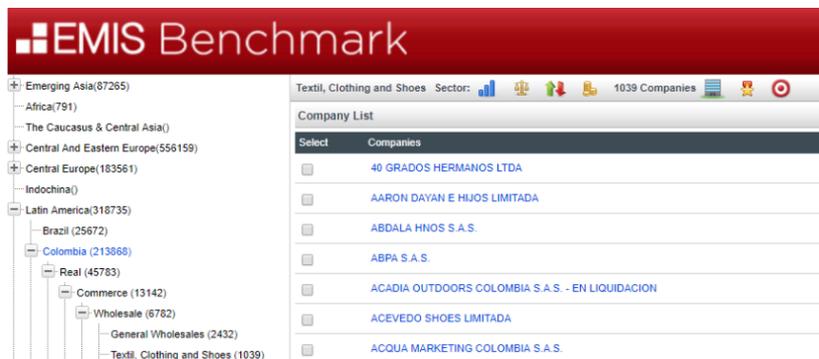
TRATADO	ESTADO	ESLABÓN	OPORTUNIDADES
Unión Europea	Vigente	Confección	Ropa infantil, ropa interior masculina y ropa de control.
Canadá	Vigente	Confección	Ropa deportiva, uniformes.
Estados Unidos	Vigente	Confección	Ropa interior femenina y masculina, ropa de control, vestidos de baño.
México	Vigente	Confección	Jeanswear, ropa interior y de control.
Triángulo Norte (Guatemala, Honduras, Salvador)	Vigente	Confección	Manufacturas de cuero, ropa de control, trajes de baño y jeans.
Chile	Vigente	Confección	Jeans y ropa interior femenina.
Mercosur	Vigente	Textiles	Insumos textiles (encajes y bordados), artículos de cuero.
CAN Comunidad Andina	Vigente	Textiles Confección	Insumos para la confección, ropa interior y control, telas y fibras sintéticas, bisutería.

Fuente: PROCOLOMBIA

Actualmente Colombia tiene tratados comerciales pactados entre diferentes países, los cuales cuentan con normas particulares y con políticas específicas en donde presentan grandes oportunidades de aumentar las exportaciones tanto en cantidad como en valor agregado.

2.1.4.6 Empresas productoras a nivel nacional y regional.

Grafico Empresas productoras del sector.



Empresas	Ubicación
40 GRADOS HERMANOS LTDA	Bogotá D.C - Bogotá D.C.
AARON DAYAN E HIJOS LIMITADA	Valle del Cauca - Cali
ABDALA HNOS S.A.S.	Norte de Santander - Cúcuta
ABPA S.A.S.	Cundinamarca - Funza
ACADIA OUTDOORS COLOMBIA S.A.S. - EN LIQUIDACION	Bogotá D.C - Bogotá D.C.
ACEVEDO SHOES LIMITADA	Bolívar - Cartagena de Indias
ACQUA MARKETING COLOMBIA S.A.S.	Bogotá D.C - Bogotá D.C.
ADF COLOMBIA S.A.S.	Bogotá D.C - Bogotá D.C.
ADORNOS RICO S EN C	Hulla - Neiva
AGAVAL S.A.	Antioquia - Medellín
AGENCIA CAUCHOSOL DE ANTIOQUIA S.A.S.	Antioquia - Medellín
AGENCIA CAUCHOSOL DE LA COSTA S.A.S.	Atlántico - Barranquilla
AGENCIA CAUCHOSOL DEL CENTRO S.A.S.	Bogotá D.C - Bogotá D.C.
AGENCIA CAUCHOSOL DEL OCCIDENTE S.A.S.	Valle del Cauca - Cali
AGENCIA WELCO LIMITADA	Santander - Bucaramanga
AGENCIAS CONDE S.A.	Bogotá D.C - Bogotá D.C.
AGENCIAS NACIONALES LTDA	Antioquia - Envigado
ALADINO SPORT LTDA	Bogotá D.C - Bogotá D.C.
ALAMEDA COLOMBIA S.A.S.	Bogotá D.C - Bogotá D.C.
ALBA NURY CASTILLO Y CIA S EN C	Tolima - Ibagué
ALBERTO CADAVID R Y CIA S.A.	Antioquia - Medellín
ALBERTO S HELO & CIA S.A.S.	Bogotá D.C - Bogotá D.C.
ALCANTARA ASOCIADOS S.A.S.	Antioquia - Itagüí
ALCASIR LIMITADA	Atlántico - Barranquilla

Fuente: Benchmark

En el sector de confecciones existen 1.039 empresas aproximadamente, principalmente de departamentos como Antioquia, Atlántico, Santander, y ciudades como Bogotá.

2.1.4.7 Principales productos de comercialización

Los principales productos de comercialización tanto nacional como internacional son la ropa interior femenina y masculina, ropa de hogar, fajas y ropa de control, ropa formal, suéteres, vestidos de baño femeninos y masculinos, calcetería, ropa de bebe /infantil, ropa deportiva, uniformes, ropa casual, calzado, manufacturas de cuero, joyería y bisutería entre otros.

2.2 ANALISIS DE LA EMPRESA

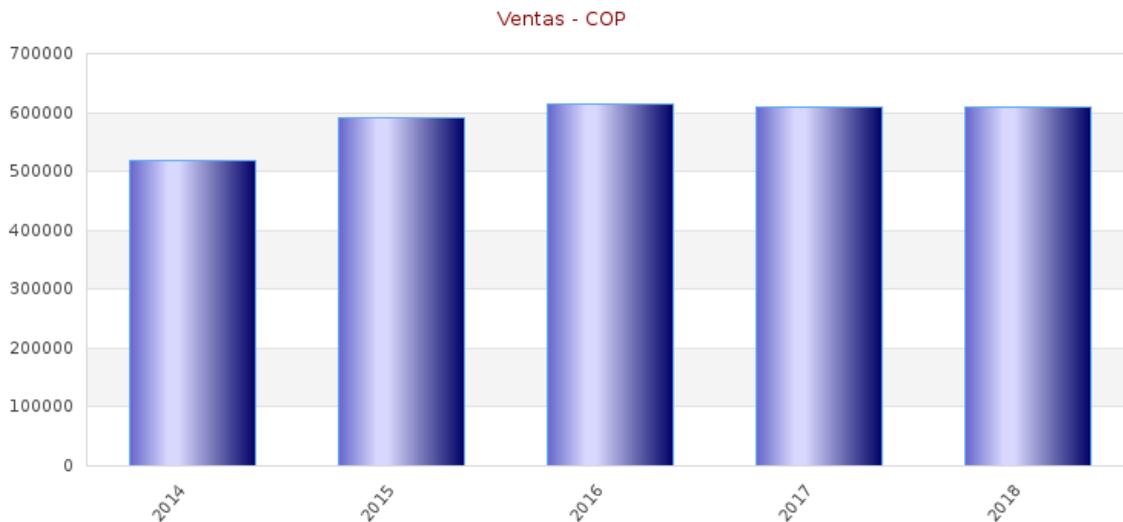
2.2.1 Indicadores de tamaño de la empresa (Ventas, activos, utilidad y patrimonio)

Tabla Indicadores de tamaño Stf group S.A

Indicadores	2018		2017		2016		2015		2014	
Estado Financiero	Individual									
Ventas	1º	610249	1º	609377	1º	613820	1º	590997	1º	518513
Activos	3º	440638	3º	439367	4º	370360	3º	378441	4º	314183
Utilidad	30º	1143	9º	2445	19º	1946	3º	13621	1º	11554
Patrimonio	5º	110949	5º	135097	5º	129855	6º	112194	6º	90791

Fuente: Benchmark

Grafica 12. Ventas Stf Gruop S.A

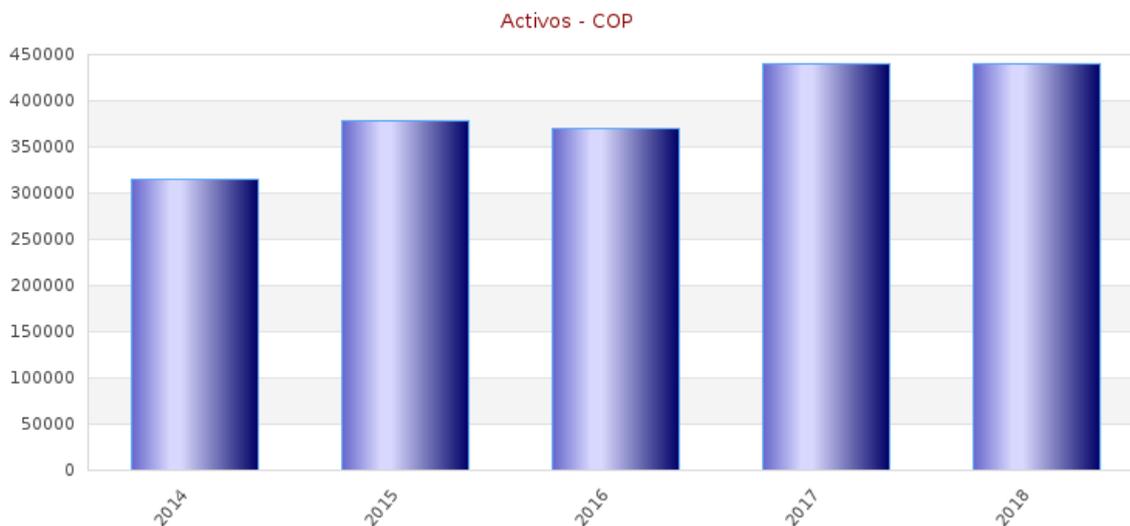


Fuente: Benchmark

De acuerdo a la gráfica 12 en los últimos años las ventas de la empresa Stf Group S.A han crecido progresivamente, siendo 2016 el año con mayores ventas registradas en los últimos

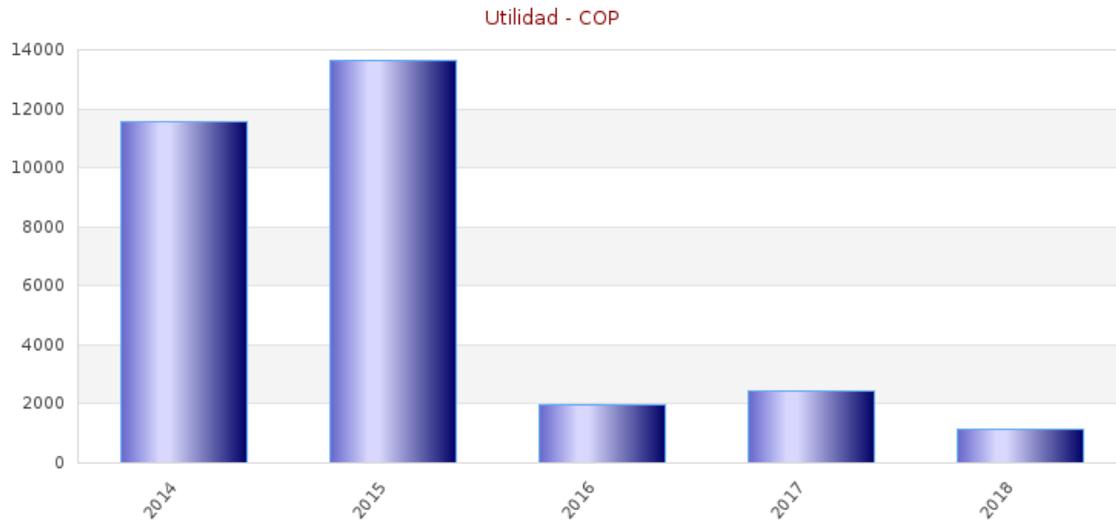
4 años con ventas de 613.820 millones de pesos, de igual manera, las ventas del año 2018 fueron altas en comparación a las del 2017, generando 610.249 millones de pesos en ventas de este último año. Por lo que la empresa tiene un gran potencial de ventas registrado en los últimos años, siendo el 1° con mayor cantidad de ventas del sector textil en Colombia.

Grafico 13 Activos Stf group S.A



Fuente: Benchmark

En la gráfica 13 se aprecia como los activos de la empresa han tenido variaciones en los últimos años, en el año 2015 con respecto al año 2014 crecieron notoriamente, a diferencia del año 2016 que tuvo una leve caída con respecto al año anterior, en el año 2017 y 2018 tuvieron un crecimiento notorio en los activos en comparación a los últimos 5 años.

Grafico 14 Utilidad Stf group S.A

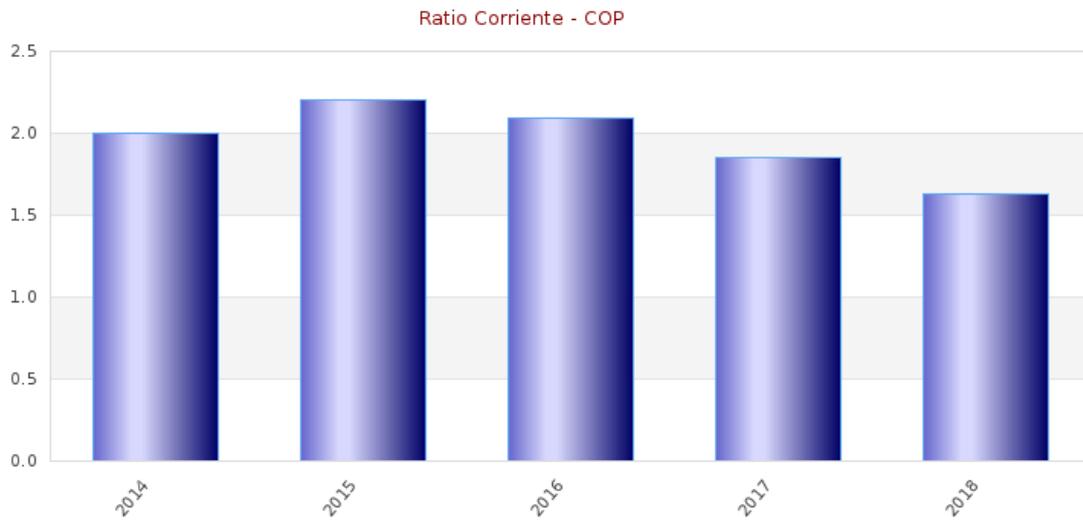
Fuente: Benchmark

Con respecto a la gráfica, se puede apreciar que el año 2015 fue el de mayor beneficio en los últimos 5 años, representando 13.621 millones de pesos de utilidades para empresa, a partir del 2016 las utilidades de la empresa caen a un alto nivel registrando una utilidad de 1.143 millones de pesos en el 2018, siendo la más baja de los últimos 5 años.

Grafico 15 Patrimonio Stf group S.A

Fuente: Benchmark

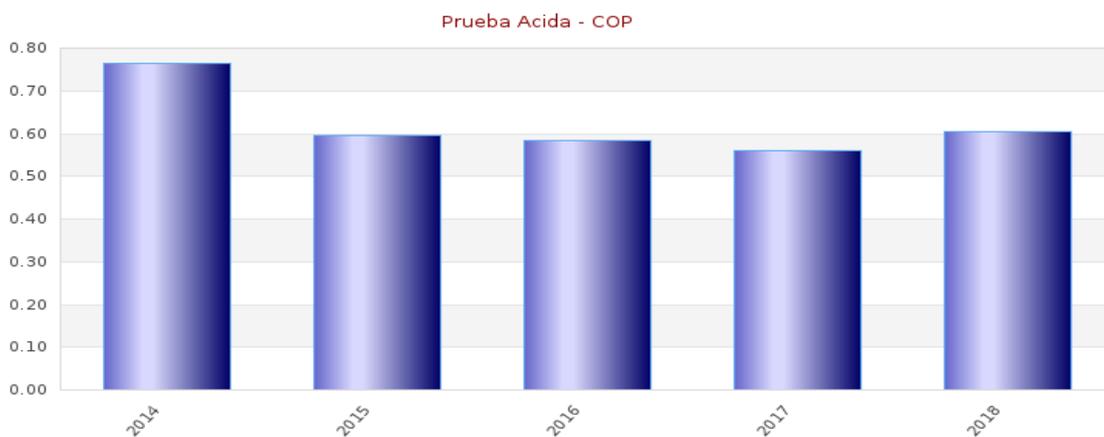
Grafico 16 Ratio corriente Stf group S.A



Fuente: Benchmark

El indicador representado en gráfica, nos permite conocer la capacidad que tiene Stf Group S.A de cumplir con sus obligaciones financiera, mostrando en este caso como en año 2018 tuvo un resultado bajo con respecto a los años anteriores, en donde este último nos muestra como la empresa tuvo una disminución de cantidad de capital para sobrellevar sus obligaciones financieras.

Grafico 17 Prueba Acida Stf group S.A



Fuente: Benchmark

Este indicador refleja la capacidad de la empresa de pagar sus obligaciones y como esta de liquidez. De acuerdo a la gráfica podemos apreciar que el año 2014 fue el que tuvo un mayor indicador durante los últimos 5 años reflejando la capacidad de la empresa de pagar sus obligaciones y como esta de liquidez. En el año 2018 este indicador es más bajo por lo que nos indica que la empresa en este año perdió liquidez en comparación al año 2014.

Grafico 18. Capital de Trabajo Stf group S.A

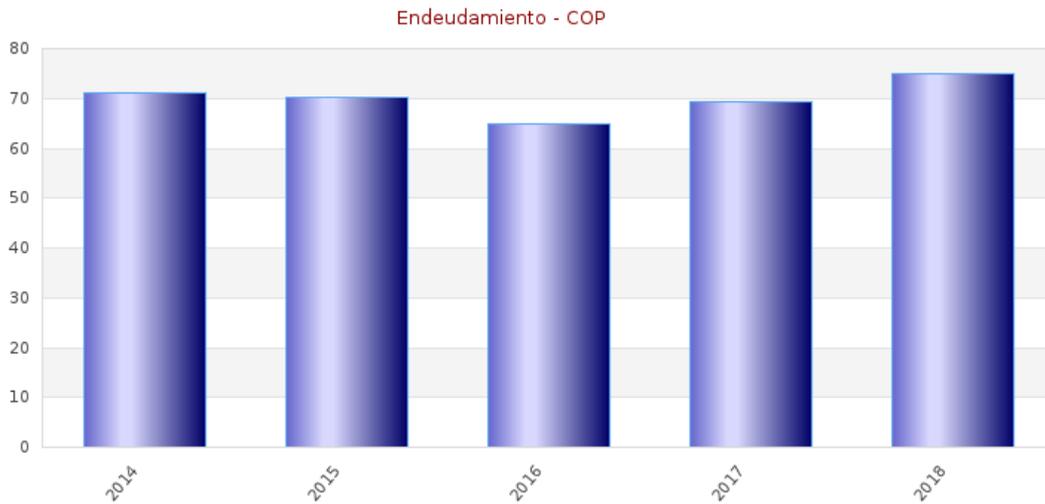


Fuente: Benchmark

En indicador nos muestra que la empresa ha tenido leves variaciones en los últimos 5 años, registrando al año 2017 como el que tuvo la mayor cantidad de recursos para poder pagar sus deudas en los últimos años y luego en el siguiente año disminuyeron levemente sus recursos.

2.2.3 Indicadores de endeudamiento

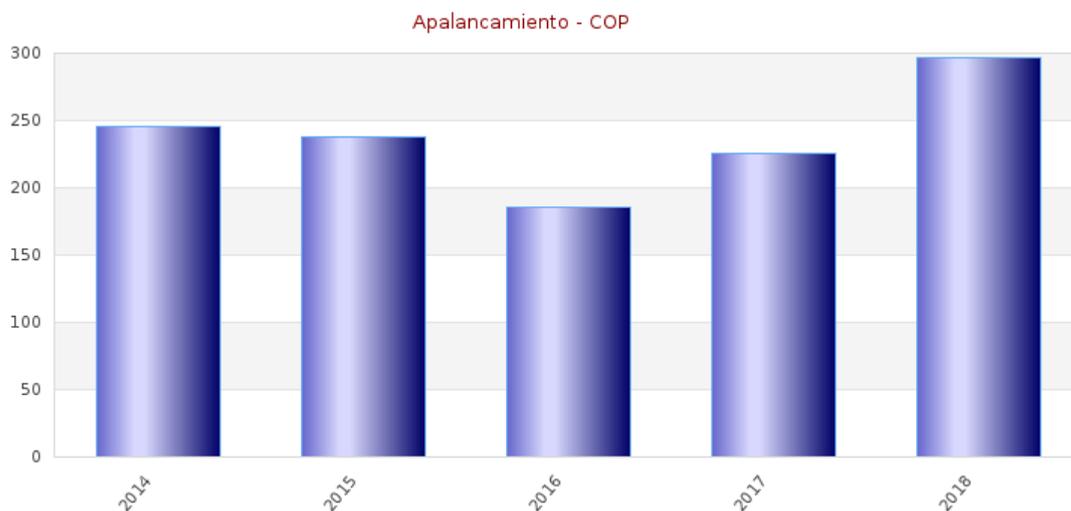
Grafico 19. Endeudamiento Stf group S.A



Fuente: Benchmark

El indicador nos muestra el dinero que se invierte en activos, y cuánto de este dinero está financiado por terceros. En la empresa STF GROUP S.A en el año 2018 obtuvo el mayor endeudamiento con un porcentaje de 74,82% respecto al año 2015 siendo 70,35% y año 2014 de 71,10%. Según la gráfica podemos notar que se mantuvo en los años 2014, 2015 y 2017 de sus activos pasando a ser financiados por terceros.

Grafico 20. Apalancamiento Stf group S.A



Fuente: Benchmark

El indicador representado en la gráfica 20 nos permite medir el grado de compromiso del patrimonio de los Propietarios o Socios para con los acreedores de la empresa. Según la gráfica podemos visualizar un aumento significativo en el 2018 con un 297,15% porcentaje, en comparación de los años 2017 225,22% por ciento y 2016 es de 185,21% por ciento, haciendo apalancamiento de la empresa a través de los fondos financieros de la empresa.

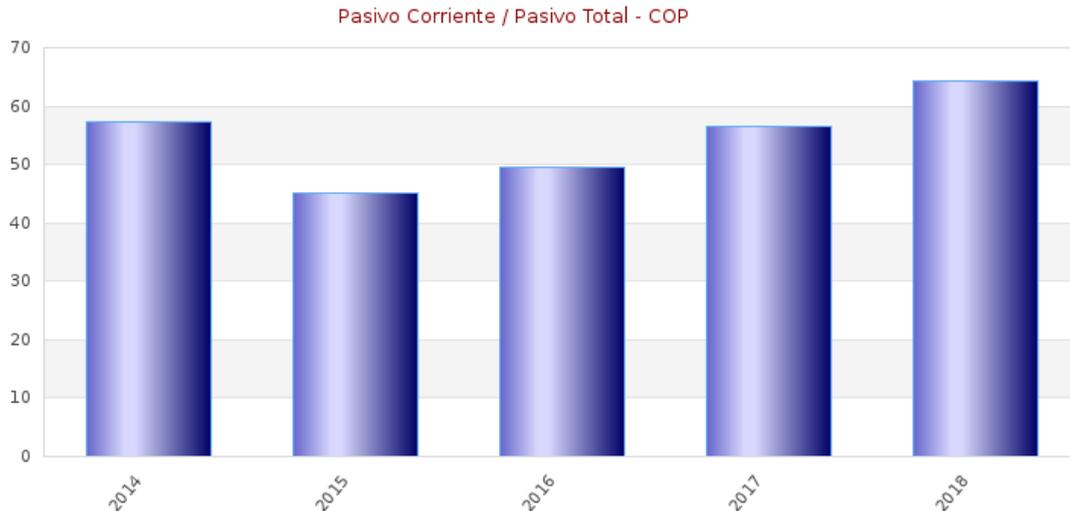
Grafico 20. Pasivo total / Ventas Stf group S.A



Fuente: Benchmark

Este indicador nos indica el porcentaje generado entre los pasivos por cada venta en la empresa STF GROUP S.A generado en el año 2014 fue de 43,08% y en el 2015 tuvo un aumento de 45,05% por ciento junto con los años de 2016 y 2017 en excusión y finalmente en el 2018 tuvo este indicador se elevó hasta un 54% por ciento.

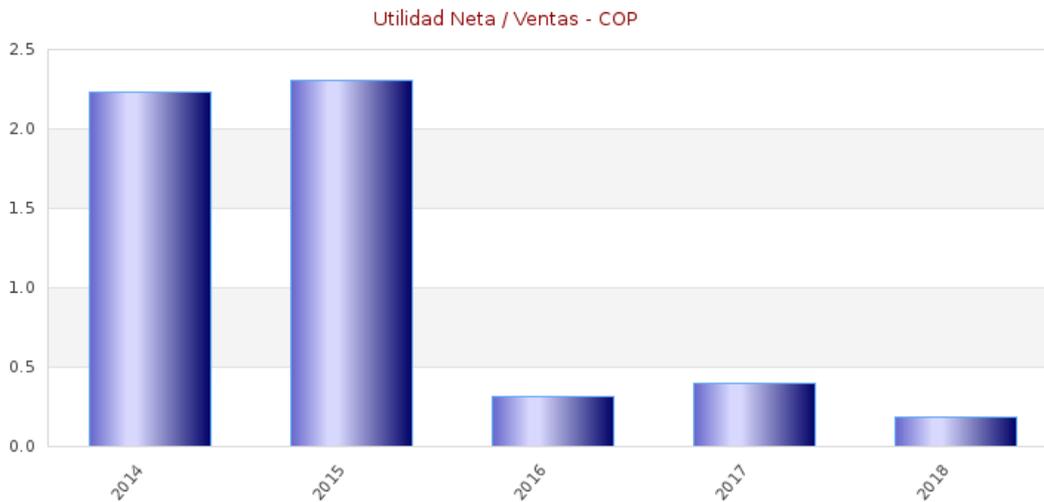
Grafico 21. Pasivo Corriente / Pasivo Total Stf group S.A



Fuente: Benchmark

En este indicador se mostrará como la empresa STF GROUP S.A nos muestra el porcentaje de las deudas del pasivo corriente frente al pasivo total, en el año 2018 se reflejó el porcentaje más alto siendo 64,17%, respecto los año 2017, 2016, 2015 en este año se registró el porcentaje más bajo de endeudamiento del 45,18% por ciento y finalmente en el año 2014 se registró un promedio de 57,2% por ciento.

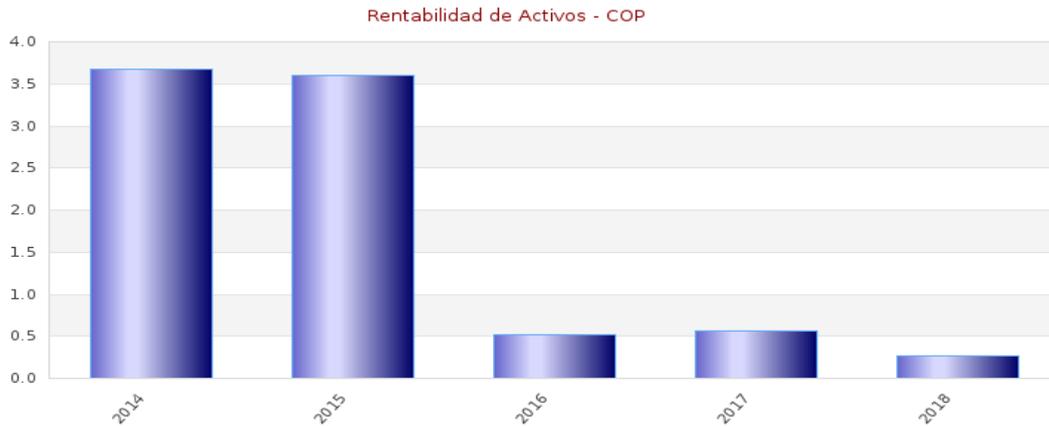
2.2.4 Indicadores de rentabilidad: (Utilidad neta/ ventas, Rentabilidad de activos, Utilidad neta/ patrimonio, Utilidad operacional / ventas)

Grafico 22. Utilidad Neta Stf group S.A

Fuente: Benchmark

Utilidad neta/ ventas: es la primera fuente de rentabilidad en los negocios y de ella depende la rentabilidad sobre los activos y sobre el patrimonio. Este índice mide el rendimiento de ingresos operacionales. Mirando el gráfico podemos observar que STF GROUP S.A que en este indicador hubo una gran variación en los últimos 5 años, en el año donde fue mayor es 2015 y al 2016 donde hubo una caída de casi del 90%, para el 2017 genero un crecimiento peor no muy notorio frente a años anteriores y para el 2018 disminuyó un 50%. Para el año 2018 se posiciono la empresa en el puesto número 205 frente a un total de 275 del sector de confecciones.

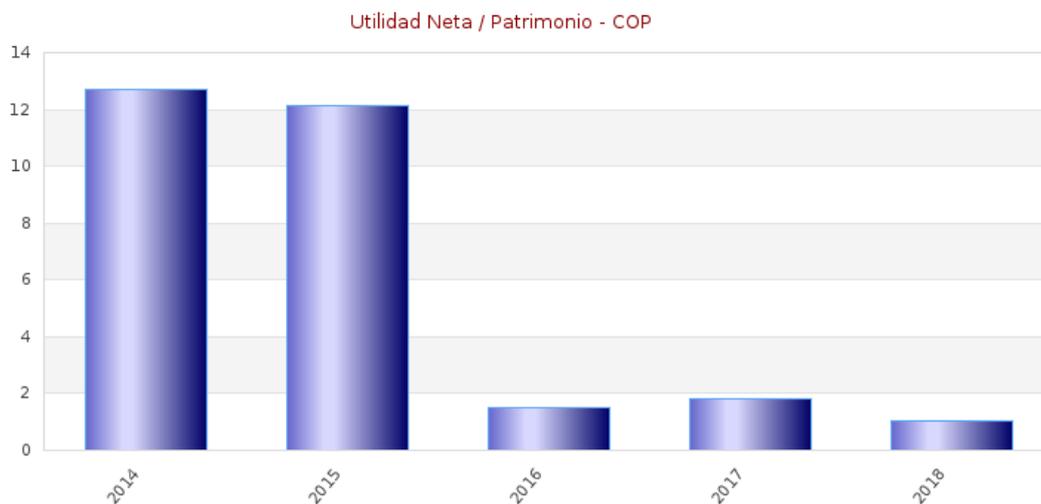
Grafico 23. Rentabilidad Activos Stf group S.A



Fuente: Benchmark

Rentabilidad de activos: es un indicador que muestra como la empresa maneja los activos existentes mientras generan ganancias, si la rentabilidad sobre los activos es baja, la gerencia quizás sea deficiente, esto podemos observar para los últimos tres años (2016-2017-2018) donde la rentabilidad de los activos disminuyo de gran cantidad, mientras que si es alta demuestra que la empresa está funcionando eficientemente lo cual se puede ver reflejado en los años 2014 y 2015. La empresa se encuentra en una posición número 202 frente a un total de 275 en el sector del textil.

Grafico 24. Utilidad Neta / Patrimonio Stf group S.A

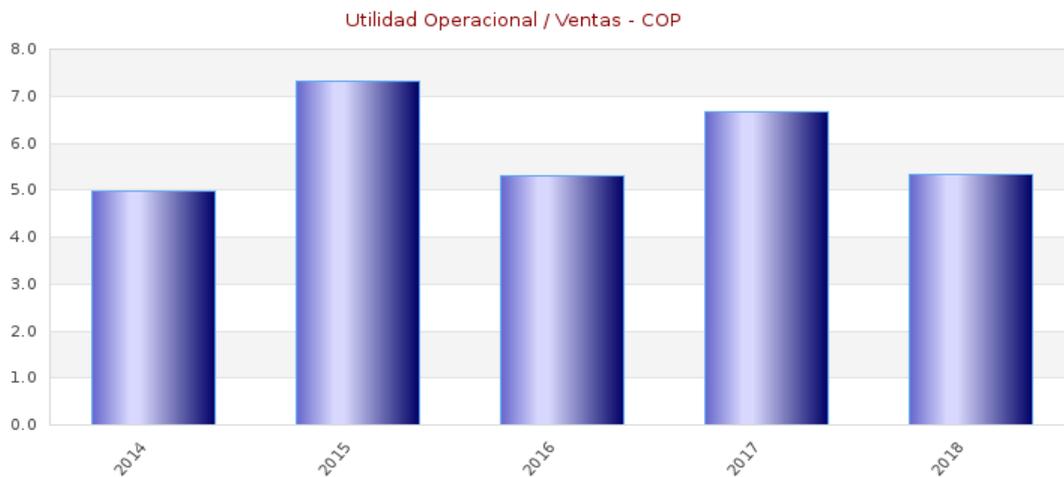


Fuente: Benchmark

Grafica Utilidad neta sobre patrimonio es un ratio de eficiencia utilizado para evaluar la capacidad de generar beneficios de una empresa a partir de la inversión realizada por los accionistas. En la tabla podemos observar que para los años 2014-2015 fueron los más altos y donde fue más

bajo en el año 2018 pero para los años 2016-2017 este indicador se mantuvo. Para el año 2018 la empresa STF GROUP S.A en el indicador de la utilidad neta sobre patrimonio obtuvo el puesto número 192 sobre un total de 275 empresas del sector textil.

Grafico 25. Utilidad Operacional/Ventas Stf group S.A



Fuente: Benchmark

La utilidad operacional sobre ventas es la relación entre la utilidad bruta y las ventas totales (ingresos operacionales) Es el porcentaje que queda de los ingresos operacionales una vez se ha descontado el costo de venta. Durante el 2014, 2016 y 2018 este indicador se mantuvo estable y no tuvo una variación muy notoria, del 2015 y 2017 obtuvo un aumento de un 20% en la gráfica podemos observar que han sido los dos años con mayores ingresos operacionales.

2.2.5 Indicadores de Eficiencia. (Rotación de Inventarios)

Grafico 26. Rotación de Inventario Stf group S.A



Fuente: Benchmark

Rotación de inventario se determina dividiendo el costo de las mercancías vendidas en el periodo entre el promedio de inventarios durante el periodo. Observando la tabla los años donde hubo un mayor crecimiento fue en los años 2017 y 2018, para los años anteriores 2016 – 2015 y 2015 fue menor el porcentaje, pero no en gran cantidad.

2.2 ANÁLISIS DE LA EMPRESA

Nombre del Producto Seleccionado	Posición Arancelaria	Descripción del Producto

<p>Pantalón largo de Denim/Algodón</p>	<p>62.04.62.00.00 (Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y shorts de algodón, para mujeres o niñas, excepto los de punto.)</p>  <p>Studio F[®] INTERNATIONAL</p>	<ul style="list-style-type: none">● Características físicas del producto: El Pantalón Denim Levanta Cola de la marca Studio F, es elaborado con material algodón que de acuerdo a su diseño tiene la función de levantar el glúteo centrándose en aumentar la escultura, son pantalones que estilizan la figura femenina, cuentan con un sistema “push up” que hace que se eleven los glúteos de manera natural.● Listado de Competidores en Colombia: la principal empresa competidora de nuestro mercado se encuentra COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL JEANS S.A.S , como segundo lugar se encuentra nuestra empresa STF GROUP S.A. aunque se encuentran otras empresas competidoras com: INDUSTRIAS INCA S.A.S., MANUFACTURAS ECONOMICAS S.A.S., COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL SPORT WORLD SOCIEDAD ANONIMA siendo ellas la mayores exportadoras de nuestro producto● Qué tiene de innovador el producto:
--	---	--

		<p>El producto es un pantalón que posee de un tejido en algodón, que gracias a su innovadora estructura, diseño y características; eleva el área de los glúteos de forma natural, sin rellenos ni varillas, con costuras ocultas. Son pantalones de talle semi-alto en distintos colores que permiten liberar a la mujer de complejos sin necesidad de pasar por el quirófano. Realzan la figura femenina y eleva tus glúteos hasta 3 cm.</p> <ul style="list-style-type: none">● Países en los cuales tiene presencia internacional el producto seleccionado: <p>Los siguientes países son los que tienen más presencia de nuestro producto:</p> <ul style="list-style-type: none">→ Estados Unidos→ Ecuador→ Guatemala→ Perú→ México
--	--	---

3. SELECCIÓN DE MERCADOS

Dadas a la capacidad que cuenta la empresa para ampliar e incursionar a nuevos mercados internacionales, se deben evaluar el mercado objetivo, teniendo en cuenta las necesidades de los posibles consumidores y de la empresa como tal.

3.1 SELECCIÓN DE PAÍS

Para la selección del país al que se quiere llegar, se realizó una búsqueda de los principales países en comercio internacional de los “*Pantalones Denim para dama*” con arancel *620462000*, los cuales se muestran a continuación.

*Tabla ** Comercio Exterior de Pantalones Denim para Dama*

PRINCIPALES PAISES IMPORTACIONES A NIVEL MUNDIAL	PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES DE COLOMBIA
Estados Unidos de América	Estados Unidos de América
Alemania	Ecuador
España	Guatemala
Francia	México
Reino Unido	Perú
Japón	Costa Rica
Hong Kong, China	Panamá
Países Bajos	España
Italia	Chile
Polonia	Bolivia
Canadá	Argentina
Rusia	Honduras
Bélgica	Países Bajos
Corea, República de	Canadá
Australia	Francia

Fuente: Realización propia

De acuerdo a la tabla anterior, se pudo establecer que STF Group buscará inicialmente enfocarse en los principales países destino de las exportaciones colombianas, identificando las oportunidades en la que permita incursionar a países geográficamente de manera cercana al territorio nacional; con base en diferentes aspectos como lo son: la afinidad cultural, los acuerdos comerciales vigentes y un mayor acceso a la información enfocado en los procesos de internacionalización y distribución física internacional, que apoyan un proceso inicial de mercado.

Tabla ** Matriz de selección de mercados

VARIABLE	ESTADOS UNIDOS	P	C	R	GUATEMALA	P	C	R	ESPAÑA	P	C	R
Importaciones (USD)	4,934,963	8.0%	5	0.40	33,735	8.0%	1	0.08	1,477,537	8.0%	3	0.24
Crecimiento de las importaciones %	4%	6.0%	5	0.30	0.8%	6.0%	1	0.06	2%	6.0%	3	0.18
Importaciones per capita USD	0.015	8.0%	3	0.24	0.0022	8.0%	1	0.08	0.03	8.0%	5	0.40
Concentración de las importaciones (ppal proveedor) %	China 21.6%, México 13.4%, Canadá 12.8%, Japón 5.8%, Alemania 5% (2017)	4.0%	1	0.04	Estados Unidos 39.8%, China 10.7%, México 10.7%, El Salvador 5.3% (2017)	4.0%	5	0.20	Francia 15.1%, Alemania 11.3%, Italia 7.8%, Portugal 7.1%, Reino Unido 6.9%, Estados Unidos 4.4% (2017)	4.0%	3	0.12
Exportaciones Colombianas USD	23.435 USD	5.0%	5	0.25	3.769 USD	5.0%	3	0.15	1.187 USD	5.0%	1	0.05
Crecimiento de las exportaciones colombianas %	5.0%	4.0%	5	0.20	-2.0%	4.0%	1	0.04	3.0%	4.0%	3	0.12
Tarifa arancelaria para Colombia	0.0%	6.0%	5	0.30	15.0%	6.0%	1	0.06	0.0%	6.0%	5	0.30
Posicion Logistica	14°	4.0%	5	0.20	125°	4.0%	1	0.04	17°	4.0%	3	0.12
Restricciones técnicas del producto	Están regulados por la Comisión Federal de Comercio (FTC, Federal Trade Commission), el Comité de Defensa del Consumidor y la Asociación Americana de Químicos y Colonistas Textiles. Bioterrorismo, contrabando, narcotráfico e integridad de la personas: • Certificación BASC • Certificación C-TPAT Normas de etiquetado • Contemplan 3 tipos de etiquetas: de marca, de composición y de cuidado • Deben estar escritas en inglés, cumplir el formato estándar según el tipo, tamaño y fibra del producto, así como de la procedencia de la prenda • La Federal Trade Commission regula estos estándares, permitiéndose el uso de símbolos en lugar de textos, utilizados por la (ASTM) American Society for Testing & Materials.	6.0%	1	0.06	Para comercializar textiles en Guatemala ,estos deben contener etiquetas con los cuatro símbolos universales sobre cuidado de prendas de vestir: Lavado: una tina de lavado con la forma que se muestra en la figura y con la indicación de la temperatura. Clorado: un triángulo isósceles con el símbolo "Cl". Planchado: una plancha de la forma que se muestra en la figura y cuya temperatura se indica mediante puntos. Lavado en seco: un círculo que representa un tambor de lavado y en cuyo centro se coloca una letra que indica los solventes a emplearse.	6.0%	5	0.30	La normatividad que rige en España para las confecciones es la misma que rige la de la Unión Europea. Se deben cumplir los requerimientos del marco reglamentario de las sustancias químicas de la Unión Europea, según la Agencia Europea de Sustancias y Preparados Químicos, (Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals, REACH por siglas en inglés). La UE restringe el uso en textiles de ciertos componentes como: los colorantes azo, el cadmio, los sulfonatos de perfluorooctano y el níquel en accesorios. Hay restricciones en el uso de piroretardantes.	6.0%	3	0.18

Medio de transporte	Marítimo: 13 navieras con 81 servicios directos, cuyos tiempos de tránsito se pueden encontrar desde los 3 días. La oferta se complementa con 144 rutas en conexión ofrecidas por 17 navieras con tiempos de tránsito desde los 4 días. Los transbordos se realizan en puertos de Panamá, Estados Unidos, Colombia, República Dominicana, México, Alemania, Jamaica, Honduras, Perú, Bahamas y Guatemala. Desde Buenaventura hacia los puertos de Estados Unidos, existen servicios directos ofrecidos por 12 navieras. La oferta se complementa con 54 rutas, ofrecidas por 8 navieras, con tiempos de tránsito desde 7 días. Las conexiones se realizan en puertos de Panamá, Estados Unidos, Colombia, México, Perú y Guatemala.	4.0%	5	0.20	Marítimo: hay 7 navieras con 14 servicios directos, cuyos tiempos de tránsito se pueden encontrar desde los 4 días. La oferta se complementa con 21 rutas en conexión ofrecidas por 10 navieras con tiempos de tránsito desde los 3 días. Los transbordos se realizan en puertos de Colombia, Panamá, México, Costa Rica, Guatemala y Bahamas. Desde Buenaventura hacia los puertos de Guatemala, no existen servicios directos. La oferta se complementa con 14 rutas, ofrecidas por 8 navieras, con tiempos de tránsito desde 7 días. Las conexiones se realizan en puertos de Colombia, México, Panamá y Guatemala.	4.0%	3	0.12	Desde la costa atlántica hay 4 navieras con 10 servicios directos, cuyos tiempos de tránsito se pueden encontrar desde los 13 días. La oferta se complementa con 51 rutas en conexión ofrecidas por 10 navieras con tiempos de tránsito desde los 17 días. Los transbordos se realizan en puertos de Panamá, Países Bajos, Colombia, Bélgica, Alemania, España. Desde Buenaventura hacia los puertos de España, no existen servicios directos. La oferta se complementa con 16 rutas, ofrecidas por 4 navieras, con tiempos de tránsito desde 20 días.	4.0%	1	0.04
Frecuencias	Semanalmente	3.5%	5	0.18	Semanalmente	3.5%	5	0.18	Semanalmente	3.5%	5	0.18
PIB (US\$ millones)	20,580,200	5.0%	5	0.25	78,460.0	5.0%	1	0.05	1,425,870	5.0%	3	0.15
PIB per capita (US\$)	59.8	6.0%	5	0.30	8,2	6.0%	1	0.06	38.4	6.0%	3	0.18
PIB industrial	22.10%	4.0%	1	0.04	23.40%	4.0%	3	0.12	24%	4.0%	5	0.20
Inflación	2.1%	4.0%	3	0.12	4.4%	4.0%	5	1.00	2.00%	4.0%	5	0.20
Doing Business	8°	6.0%	5	0.30	98°	6.0%	1	0.06	30°	6.0%	3	0.18
Poblacion femenina	64,496,889	4.0%	5	0.20	3,002,920	4.0%	1	0.04	10,762.65	4.0%	3	0.12
Riesgo de no pago	AAA	7.0%	5	0.35	BB	7.0%	1	0.07	A-1	7.0%	3	0.21
Nivel de competitividad	1°	4.0%	5	0.20	96°	4.0%	1	0.04	26°	4.0%	3	0.12
TOTAL		99%		4.13		99%		2.75		99%		3.29

Fuente: Realización propia

Para la realización de la matriz de preselección de mercados se evaluaron tres países con mayor participación como destino de exportación colombiana para los *“Pantalones Largos Denim de*

mujer” y en los cuales la empresa no haya incursionado, los países tomados fueron Estados Unidos, Guatemala, España. Además, se tomaron en cuenta **19 variables** tales como:

Importaciones, crecimiento de las importaciones, importaciones per cápita, concentración de las importaciones, exportaciones colombianas, crecimiento de las exportaciones colombianas, tarifa arancelaria, posición logística, impuestos adicionales, restricciones técnicas del producto, medio de transporte, frecuencia, tarifa, PIB, PIB Per Cápita, PIB industrial, inflación, Doing Business, riesgo de no pago, población y nivel de competitividad.

Los tres países seleccionados anteriormente, fueron evaluados bajo un sistema de calificación dando como resultado que el país destino sería **Estados Unidos**.

Una de las principales ventajas que tiene Estados Unidos con Colombia es el TLC en vigencia desde el 2012 el cual busca promover los intereses comerciales y económicos, e incentivar la inversión bilateral, además de destacar que nuestro sector se incluye dentro de los productos beneficiados con tasas arancelarias preferenciales, dando como resultado un arancel del **0%**.

Tariffs applied by United States of America

Product: 62046203 - Rec perf outwear, women's/girls' trousers, bib/brace overalls, breeches & shorts, not knit/crochet, cotton, cont. 15% or more by wt of down, etc
Partner: Colombia
Data source: ITC (MAcMap)
Year: 2019
Nomenclature: HS Rev.2017
AVE Methodology: AVE based on the World Tariff Profile (WTP)

<< New search

<< Modify search

Tariff regime	Applied tariff (as reported)	Applied tariff (converted)	Total ad valorem equivalent tariff
MFN duties (Applied)	0%	0%	0%

Page size: 50

1 items in 1 pages

Fuente: Trademap

Por otro lado, se pueden destacar otras ventajas que tiene el país de destino, entre ellas esta los medios de transporte los cuales cuenta con 13 navieras con 81 servicios directos, cuyos tiempos de tránsito se pueden encontrar desde los 3 días. Al igual que con una complementación de 144 rutas en conexión ofrecidas por 17 navieras con tiempos de tránsito desde los 4 días. Además de contar con rutas de Buenaventura hacia los puertos de Estados Unidos.

Desde otro punto de vista, Estados Unidos cuenta con una inflación 2,1% siendo más baja que la inflación promedio mundial, la cual según el banco mundial en 2018 fue de 2,466%, por lo que demuestra una estabilidad en el mercado estadounidense.

Además de lo anterior, Estados Unidos es un buen mercado objetivo ya que también cuenta con facilidades logísticas y, de entrada, así mismo por la gran demanda que tiene este país con respecto a nuestro producto.

3.1.1 Mercado Denim Estadounidense.

Las ventas de Jeans en Estados Unidos alcanzaron más de US\$17.000 millones en el último año, y se espera que en 2020 la categoría alcance alrededor de US\$20.30 millones. Por lo que los compradores siguen una tendencia casual en su forma de vestir, en la que el confort es fundamental, especialmente en consumidores jóvenes.

La tendencia de los Jeans femeninos tuvieron un mejor comportamiento que el segmento masculino. Las mujeres se enfocan en la tendencia en prendas más casuales y cómodas pero que a la vez resalten su figura, y los hombres están buscando una forma de vestir más formal. El Jean continúa siendo una prenda escogida por excelencia por los compradores, siendo los Jeans Económicos y Estandars los de mayor consumo. En general los precios de los productos se han contraído en 2% y se espera que la categoría económica sea la de mayor crecimiento, ocupando en el 2017 el lugar número 38 a nivel mundial como exportador de jeans. (Portafolio, 2019)

De acuerdo a lo anterior, Colombia tiene oportunidad de entrar a este mercado dado a que actualmente, la industria colombiana de Jeans cuenta con reconocimiento internacional por sus factores diferenciadores en términos de diseño, horma y calidad en la confección. La oferta incluye Jeans clásicos con bota recta, skinny jeans, acampanados, y en especial los jeans “levanta cola”. Las prendas tienen distintas tonalidades y acabados que incorporan valor agregado a través de aplicaciones y diseños que resaltan la figura. Según la BBC, la gran innovación de los Jeans colombianos es anterior a los apliques, y se remonta a hace unos 20 años atrás, siendo reconocido por los “Jeans levanta cola” a nivel internacional.

Colombia tiene oportunidades de llegar a este mercado contando con la capacidad de reacción y los tiempos de suministro en un mercado tan dinámico como lo es el estadounidense,

además de que la industria colombiana se ajusta a las tendencias, generando hasta 5 colecciones anuales, por lo que logran responder a las tendencias y les permite competir con calidad y diseño y no solo con precio.

3.2 CONDICIONES DE ACCESO

3.2.1 Acuerdos comerciales que favorecen la operación

El TLC brinda un marco normativo de largo plazo, que permite promover así la inversión nacional y extranjera en Colombia. Actualmente **Colombia** cuenta con un *Tratado de Libre Comercio* en conjunto con los **Estados Unidos de América** que entró en vigencia con el Decreto 993 del 15 de mayo de 2012, esta relación bilateral busca promover los intereses comerciales y económicos, e incentivar la inversión, de igual manera busca brindar a los inversionistas un ambiente de negocios más estable y lograr que los acuerdos sean favorables para la prestación de bienes y servicios y propiciar la exportación de los mismos.

En cuanto nuestro sector, este TLC abre grandes oportunidades comerciales, logrando preferencias de largo plazo, para productos como ropa interior femenina, confecciones para el hogar, vestidos de baño y moda en general. Además, se logró una mejoría en cuanto materia de reglas de origen para las exportaciones de brassieres (preferencias inmediatas a los que hayan sido cortados y cosidos en Colombia), al igual se eliminan los aranceles de las confecciones (la desgravación inmediata abre oportunidades comerciales). Este tratado permite acceder en condiciones favorables de competitividad a insumos tan importantes para la industria colombiana como es el **Denim**. A partir de la entrada en vigencia del TLC con Estados Unidos estos productos pagarán un arancel del 0%.

3.2.2 Condiciones arancelarias

Gracias al TLC que se encuentra vigente con los Estados Unidos, el *Pantalón Denim largo para dama de algodón* con un peso aproximado de 155 g. se incluye dentro de los productos beneficiados con tasas arancelarias preferenciales, dando como resultado un arancel del 0%.

Tariffs applied by United States of America

Product: 62046203 - Rec perf outdoor, women's/girls' trousers, bib/brace overalls, breeches & shorts, not knit/crochet, cotton, cont. 15% or more by wt of down, etc

Partner: Colombia

Data source: ITC (MAcMap)

Year: 2019

Nomenclature: HS Rev.2017

AVE Methodology: AVE based on the World Tariff Profile (WTP)

<< New search

<< Modify search

Tariff regime	Applied tariff (as reported)	Applied tariff (converted)	Total ad valorem equivalent tariff
MFN duties (Applied)	0%	0%	0%

Page size: 50 1 items in 1 pages

Fuente: Trademap

3.2.3 Condiciones no arancelarias

3.2.3.1 Etiquetado

Los Estados Unidos mantiene una normatividad que asegura la protección de la vida de las personas frente a los riesgos resultantes de la presencia de aditivos, contaminantes, toxinas u organismos patógenos en los productos. Para el sector de prendas de vestir, esta normatividad está definida por *La Textile Fiber Products Identification Act* según la cual todos los productos textiles exportados hacia Estados Unidos, deben cumplir con requerimientos de etiquetado, estampado y contenido, la cual permite obtener información sobre el origen del producto, características, uso y mantenimiento de los bienes. La etiqueta debe ser de un material resistente y estar cosido o fijado de forma permanente y su vida útil debe ser igual que la de la pieza.

La ropa debe estar etiquetada con la siguiente información, en español:

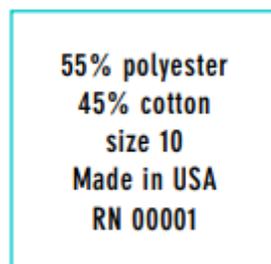
- País de origen
- Idioma: inglés, y en muchos casos en también en español.
- Nombre del fabricante y/o importador, incluido el NIT (número de identificación fiscal del importador)
- Instrucciones de cuidado
- Contenido de fibra

- Tamaño y dimensiones
- El país de origen, el nombre del fabricante y/o importador, el contenido de fibra y las instrucciones de cuidado deben estar en una etiqueta permanente.

Certificado de origen: Colombia mantiene cuotas para ciertos productos textiles y de confección proveniente de China, Panamá, Corea del Norte y Taiwán, se utiliza un certificado para identificar el país de origen de dichas importaciones a Colombia. Se recomienda que el certificado de origen sea legalizado por el consulado. Las mercancías de origen extranjero importadas y procesadas o fabricadas en los Estados Unidos antes de ser enviadas a Colombia deben haber sido transformadas como resultado de su procesamiento o fabricación en los Estados Unidos en un producto sustancialmente diferente del material importado para ser considerado de origen estadounidense. A menos que los productos sustancialmente diferentes en su forma, no se considerarán de origen estadounidense. (OTEXA, 2018)

Ejemplo de las etiquetas:

Grafico Etiqueta



Fuente: PROCOLOMBIA

Etiquetas ecológicas:

Las etiquetas ecológicas son voluntarias, su objetivo es fomentar buenas prácticas ecológicas y permite a los consumidores identificar este tipo de productos. Si desea incluir la etiqueta ecológica en su producto, debe cumplir ciertos criterios con respecto a la fibra textil, los procedimientos y los productos químicos utilizados para la fabricación del producto, así como los criterios de idoneidad para su uso. La etiqueta ecológica puede ser solicitada por fabricantes, importadores, proveedores de servicios o minoristas. La solicitud y el uso de la etiqueta ecológica están sujetos al pago de una tasa. (PROCOLOMBIA, 2018)

3.2.4 SEGMENTACIÓN

Studio F está dirigido por lo general a mujeres jóvenes o que quiere verse joven, casual pero que a la vez le gusta verse bien y estar a la vanguardia, reflejando su estilo de mujer femenina que quiere ilustrar su silueta, verse sensual y moderna. De acuerdo a lo anterior se segmentó el mercado a mujeres jóvenes de las edades entre 25 y 45 años de la ciudad de los Ángeles, California.

Population by Age Group	County: Los Angeles	
	Persons	% of Population
0-4	623,008	6.07%
5-9	626,133	6.11%
10-14	619,708	6.04%
15-17	390,939	3.81%
18-20	402,294	3.92%
21-24	554,803	5.41%
25-34	1,591,560	15.52%
35-44	1,424,374	13.89%
45-54	1,375,686	13.41%
55-64	1,234,717	12.04%
65-74	825,550	8.05%

Fuente: Thinkhealthla

Una de las principales razones por las que se escogió los Ángeles es por la gran influencia de población latina siendo, la ciudad con mayor porcentaje de dicha población, tal y como se muestra en la imagen. Otra de las razones por las cuales se tomó los Ángeles, fue al poder adquisitivo de la población ya que es mucha más alta que otras ciudades las cuales estaban dentro de la selección.

Ciudades de EE.UU. con mayor población latina



Fuente: Periodico BBC

Ingresos

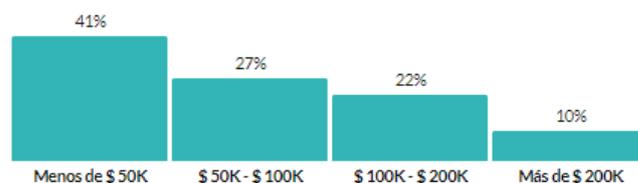
\$ 35,089
Ingreso

per cápita

aproximadamente lo mismo que la cantidad en el área metropolitana de Los Ángeles-Long Beach-Anaheim, CA: \$ 35,938

un poco menos que la cantidad en California: \$ 37,124

Ingresos del hogar



Mostrar datos / Insertar

Fuente: Censusreporter

3.3 PRODUCTO, PRECIO, PUNTO DE VENTA Y PROMOCIÓN

3.3.1 PRODUCTO

El producto escogido es el *Pantalón Denim Levanta Cola* de la marca Studio F en donde a continuación se describirán las principales características que tendrá el producto:

Ilustración Pantalones Denim Studio F



Fuente: Studio F

- **Marca y logo:**

Es importante que el producto maneje una marca que genere recordación, por lo que se mantendrá la marca actual, ya que esta ha tenido un gran posicionamiento en Latinoamérica. Si se logra posicionar la marca esto puede generar una ventaja competitiva, de igual manera se mantendrá el logo el cual está elaborado en un color neutro de fácil recordación que refleja elegancia, sinónimo de lo que busca resaltar la marca en las mujeres latinas.

Studio F[®]

Fuente: Studio F

- **Diseño:**

El producto escogido es el *Pantalón Denim Levanta Cola* de la marca Studio F, el cual es elaborado con material algodón que de acuerdo a su diseño tiene la función de levantar el glúteo

centrándose en aumentar la escultura, son pantalones que estilizan la figura femenina, cuentan con un sistema “push up” que hace que se eleven los glúteos de manera natural, se cuenta con diversos colores y diseños que van de acuerdo a las necesidades y comodidades de las mujeres.

Dicho producto está compuesto principalmente 80% de algodón, 18% de poliéster y 2% Spandex que permite al pantalón tener la función de “push up”. Este pantalón varía según el estilo y diseño sean accesorios, desgaste, perlas para llamar la atención de los futuros consumidores.

Ilustración Pantalón Push Up o “Levanta Cola”



Studio F[®]
INTERNATIONAL

Fuente: Studio F

Así mismo, el producto cuenta con unas especificaciones técnicas las cuales se muestran a continuación:

Tabla Especificaciones técnicas

Especificaciones promedio de un Jean Studio F	
DISEÑO	Delantero:
	Botón
	Ojal de lagrima
	Tache
	Bolsillos Falsos
	Pasadores de 2,5 cms de ancho
	Posterior:
	Pasadores de 2,5 cms de ancho
	Bolsillos Falsos
	Marquilla exterior en cuero sintético con el logo de <i>Studio F</i> , e interior en poliéster.
TELA	Tejido: Denim o mezclilla - Líneas Diagonales y fibras elastizadas
	Composición: el 80% de algodón, 18 de poliéster y 2% spandex
	Teñido: Azul (Varia según el diseño)
	Promedio de Tela: 10-12 onzas
	Peso de unidad terminada: Entre 360 y 515 grs
	Tallas: 3 - 5 - 7 - 9
HILO	Composición: Corespun - Multifilamento
	D-Core™ - núcleo de poliéster con cobertura de algodón
	Consumo por unidad: Entre 180 y 225 metros
	Para puntada recta: 0.66 gramos por unidad. Para puntada de remalle: 0.50 gramos.
ACABADOS	Desgaste mecánico: "Stone Wash" Lavado con piedra pómez.
	Desteñido químico: Lavado con Permanganato de Potasio.
	Hand Dirty : Crea la apariencia de jeans manchados.
	Patina: Envejecimiento del Denim en el trasero, muslos y las costuras del jean.
	Sandblasted: Disparados de arena para desgaste localizado.
	Tear y Reparación: "destroyer", crea agujeros en el jeans, luego son cosidos y cerrados. Whiskered Patilludos: "bigotes de gato", produce líneas blancas que parecen arrugas cerca de la crotch (entrepierna) y detrás de las rodillas.

Fuente: Studio F

Se escogieron cinco estilos de pantalón con diseños diferentes, pero con especificaciones técnicas similares, los cuales se describen a continuación:

Tabla Diseños a exportar

PRODUCTO	DETALLES	MATERIALES
	Pantalón Denim Básico de color Azul, trae tecnología de modelado para el ajuste perfecto que se adapta a las curvas especialmente en levantamiento adicional en la parte del glúteo.	<ul style="list-style-type: none"> • 80% algodón, 18% poliéster, 2% elastano • Denim elástico extremo • Cremallera
	Jean de color azul oscuro y diseño rasgado, trae tecnología de modelado para el ajuste perfecto que se adapta a las curvas especialmente en levantamiento adicional en la parte del glúteo.	<ul style="list-style-type: none"> • 80% algodón, 18% poliéster, 2% elastano • Denim elástico extremo • Cremallera, Legging de tobillo de tiro medio; Doblado crudo; Lavado medio; Rasgado
	Denim con diseño rasgado en la rodilla, trae tecnología de modelado para el ajuste perfecto que se adapta a las curvas especialmente en levantamiento adicional en la parte del glúteo.	<ul style="list-style-type: none"> • 80% algodón, 18% poliéster, 2% elastano • Denim elástico extremo • Cremallera, Legging de tobillo de tiro medio; Doblado crudo; Lavado medio; Rasgado
	Pantalón de color azul oscuro, trae tecnología de modelado para el ajuste perfecto que se adapta a las curvas especialmente en levantamiento adicional en la parte del glúteo.	<ul style="list-style-type: none"> • 80% algodón, 18% poliéster, 2% elastano • Denim elástico extremo • Cremallera
	Jean color azul básico con diseño rasgado en la rodilla, trae tecnología de modelado para el ajuste perfecto que se adapta a las curvas especialmente en levantamiento adicional en la parte del glúteo.	<ul style="list-style-type: none"> • 80% algodón, 18% poliéster, 2% elastano • Denim elástico extremo • Cremallera, Legging de tobillo de tiro medio; Doblado crudo; Lavado medio; Rasgado

Fuente: Realización propia con información de la marca

• **Tallas:**

COMPARACIÓN		
TALLAS		
COL		USA
XS	6	0 - 2
S	8	4 - 6
M	10	8 - 10
L	12	12 - 14
XL	14	16 - 18
XXL	16	20

Fuente: Realización propia

Estados Unidos cuenta con múltiples empresas en este mercado, por lo cual, los principales competidores de la marca Studio F en el mercado de destino son los que se evidencian en la siguiente tabla:

Tabla Principales competidores en el mercado de destino

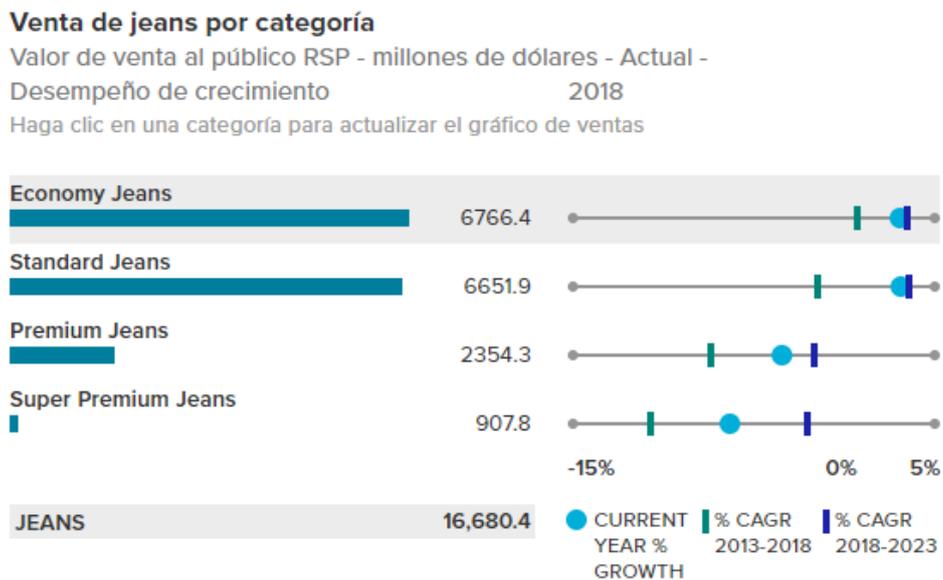
EMPRESA	DESCRIPCIÓN
	<p>LEVI'S es empresa productora de prendas de vestir, mundialmente conocida por los pantalones vaqueros y la cual fue fundada en San Francisco, California (Estados Unidos) en 1853 por Levi Strauss. Levi's es una marca de jean que se enfoca en darle un toque de frescura y comodidad a la mujer de hoy día. Capturando con éxito las muchas identidades de una mujer, ofrece piezas versátiles que representan todas las facetas de la mujer, desde prendas básicas de vestuario hasta estilos que hacen una declaración.</p>
	<p>Wrangler es un fabricante norteamericano de jeans y otras prendas de vestir, particularmente ropa de trabajo, el cual fue fundado en 1904, esta se enfoca en ofrecer variedad de colores, detalles exclusivos, que incluyen lo último en auténtico estilo Wrangler.</p>
	<p>Express es una empresa que se fundó en 1980 en Columbus Ohio, la marca se enfoca en crear fuente de estilo para mujeres y hombres jóvenes de moda, para todo, con diseños y y tecnología de modelado para ajustarse y halagar perfectamente su cintura y piernas, busca frescura y vestir por el momento y tener un estilo individual fuerte.</p>
	<p>J. Crew es una marca que se fundó en 1985, esta marca ofrece una variedad de ropa y accesorios para mujeres, hombres y niños , incluyendo trajes de baño, prendas de vestir exteriores, ropa de salón, bolsos, suéteres, denim, vestidos, trajes, joyas y zapatos. Actualmente opera más de 450 tiendas minoristas en todo Estados Unidos. Sus Jeans se destacan por su adaptabilidad y ajuste facil a la figura de la persona</p>
	<p>Abercrombie & Fitch es una compañía estadounidense fundada en 1892, la marca es ropa informal y clásica, representa el estilo de vida típicamente estadounidense, es sinónimo de calidad. Durante más de 100 años se han dedicado a diseñar y producir ropa de primera calidad con el estilo exclusivo estadounidense, pero con diseños del día a día.</p>

Fuente: Elaboración propia con información de las marcas

3.3.2 PRECIO

Para establecer el precio de venta de los productos a exportar, se deben tener en cuenta los costos de producción y de distribución física internacional incurridos en el envío de los productos, así como los precios del mercado, de acuerdo a la competencia. Por lo cual, de acuerdo con las principales empresas competidoras presentes en el mercado estadounidense con el pantalón largo denim para dama en diferentes diseños con su misma finalidad.

Ilustración Venta de Jeans por categoría en los Estados Unidos



Fuente: Passport

Teniendo en cuenta la tabla anterior, los pantalones están clasificados por categorías, nuestro producto está segmentado en standard jeans el cual es uno de los de mayor consumo seguido de la categoría jeans económico. De acuerdo con la información de Passport se puede observar la marca competidoras con el producto, sus respectivas características y precio de venta en el mercado estadounidense específicamente en Los Ángeles, California. en la siguiente tabla:

Tabla Productos y precios competidores en el mercado en Los Ángeles, California.

MARCA	PRODUCTO	PRECIO
 <ul style="list-style-type: none"> - Alisa el vientre y moldea las curvas - Lleva un innovador panel que alisa el vientre - Levi's® Sculpt con Hyperstretch es una avanzada mezcla de fibras de algodón y Lycra® que ofrece una elasticidad extrema - Emblemático parche de cuero en la parte posterior de la cinturilla 		\$99 – 104 USD
 <ul style="list-style-type: none"> - Estilo: Classic Five Pocket - Ajuste: Delgado - Subida: alta - Tipo de cierre frontal: cremallera con botón - Apertura de pierna: Delgada - Bolsillo trasero: diseño clásico - Tejido: varia según el color. Haga clic en un cuadro de color arriba para mostrar la información de la tela. 		\$ 85 -100 USD
 <ul style="list-style-type: none"> - Leggings de tobillo de talle alto - cierre de un botón con cremallera - Estilo de cinco bolsillos; acentos rasgados - Estiramiento: solo Estiramiento suficiente para comodidad durante todo el día - Algodón / Poliéster / Spandex; Lavar a máquina; Importado 		\$ 100 -125 USD

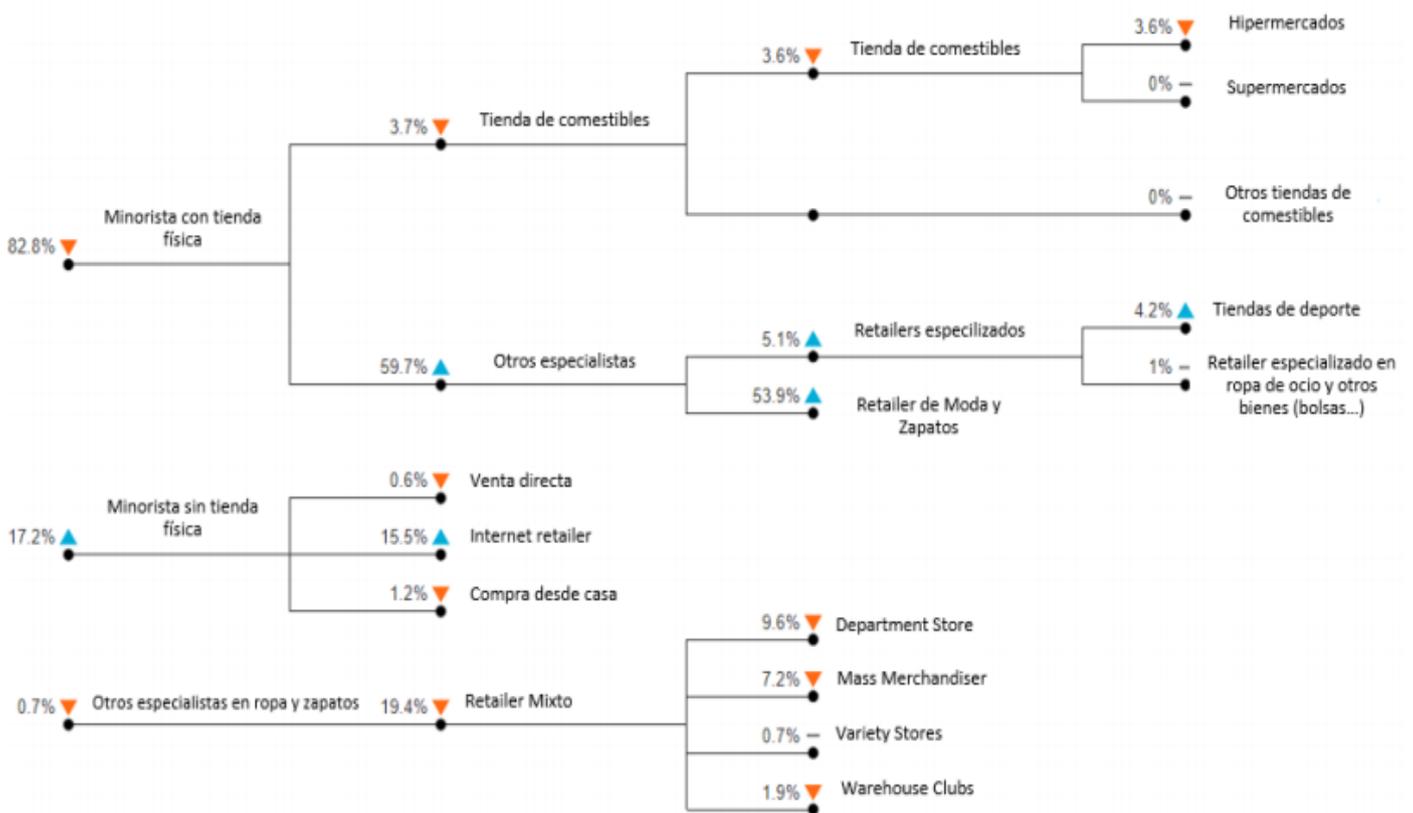
<h2>J. CREW</h2> <p>Es un jean de skynny + un aumento más alto = cintura entallada, gran estiramiento y piernas por millas, incluso sin tacones. Además, son súper halagadores gracias a Perfecting Pockets™ que lo sostienen, lo levantan y también son realmente cómodos.</p>		\$ 85 -105 USD
<h2>Abercrombie & Fitch</h2> <p>Es medio, calza justo debajo de la cintura y es nuestro corte más ajustado. Con detalles refinados y un diseño ajustado al cuerpo de arriba abajo, estos jeans tienen toda la comodidad de tus leggings favoritos. Lavado medio con detalles envejecidos y bolsillos delanteros falsos.</p>		\$ 95 - 125 USD

Fuente: Elaboración propia con base en la información de las marcas.

Teniendo en cuenta, lo anterior, el producto que ofrecerá la empresa STF Group con la marca Studio F buscará diferenciarse en el mercado por medio de su calidad y diseños que asegurando un precio competitivo en el mercado de “Standard del jeans”.

3.3.3 PUNTO DE VENTA

La empresa STF GROUP S.A identificó la forma más factible de comercializar el producto teniendo en cuenta, la forma de distribución del producto utilizada en Estados Unidos de acuerdo a la información recolectada de Passport, basada en la venta del producto, siguiendo por una clasificación de minorista con tienda física en el área de otros especialistas, encontrando retailers de moda y zapatos. En donde nos vamos a especializar con nuestro canal de distribución, es decir, poder llegar a la tienda Madison Los Ángeles al país de destino con mayor precisión y de manera directa.



Fuente: Passport

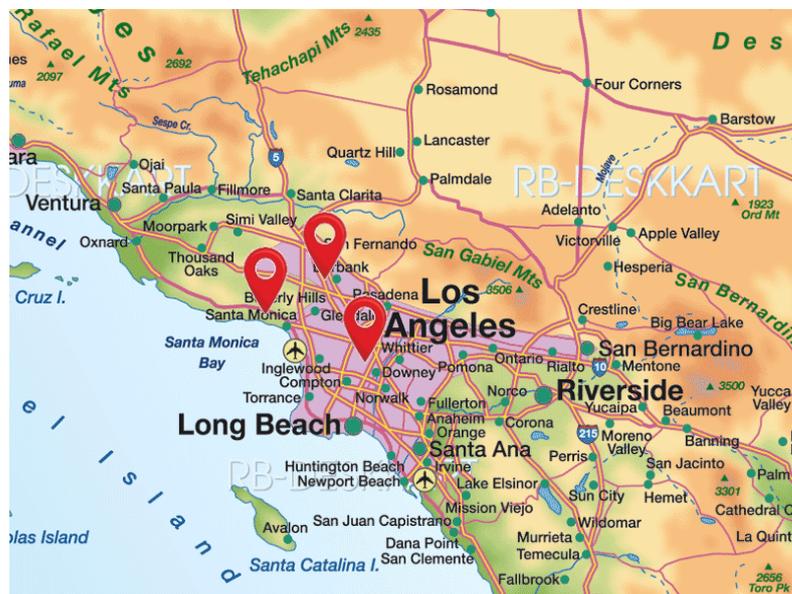
Es por ello que la empresa STF Group S.A ha decidió llegar al país de Estados Unidos por medio de tienda minorista MADISON LOS ANGELES siendo esta una de las tiendas que se ha venido posicionando en los últimos años a un mercado joven femenino de los Angeles, contando ya con tres tiendas ubicadas en puntos clave del área. Teniendo en cuenta, que el público estadounidense se inclina por un alto consumo en prendas y esto los lleva a visitar distintas tiendas de ropa a un precio estándar y de mayor calidad.

Así mismo, MADISON LOS ANGELES tiene un equipo logístico el cual cuenta con una bodega donde almacenan los productos para luego ser distribuidos en las distintas tiendas, con ayuda de un transporte interno de la propia empresa, el cual le permite tener disponibilidad y flexibilidad de horarios y plazo de entregas.



Fuente: Madison Los Angeles

Ubicación de las tiendas de MADISON LOS ANGELES.



Fuente: Madison los Angeles

3.3.4 PROMOCIÓN:

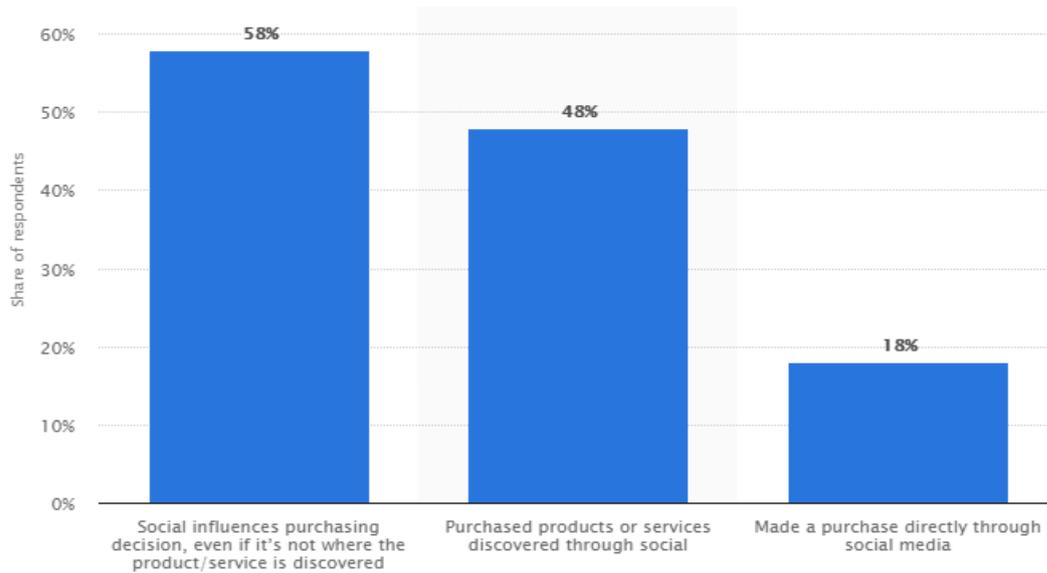
Hoy en día el gasto a la publicidad digital ha experimentado un crecimiento sin precedentes en los últimos años, por lo que se pronostica que este se convierta en el medio publicitario más grande de los EE. UU, y el gasto en publicidad televisiva pierda pronto su primera posición en la industria.

Paralelamente a la publicidad televisiva y digital, los medios más tradicionales para la publicidad, como la radio, las revistas, los exteriores y los periódicos, se han visto disminuir su participación en el mercado en los últimos años, a medida que los anunciantes recurren a otros tipos de medios. En conjunto, se promedia que estos cuatro medios representan el 25% de todo el gasto en publicidad en los EE. UU y que la mayor parte es tomada por los medios digitales y televisivos. En 2016, tuvo una disminución significativa con respecto a la cifra de 2010, luego de que la radio, la revista, el exterior y el periódico tenían casi el 40% de la participación en ese año. (*Satista, 2017*)

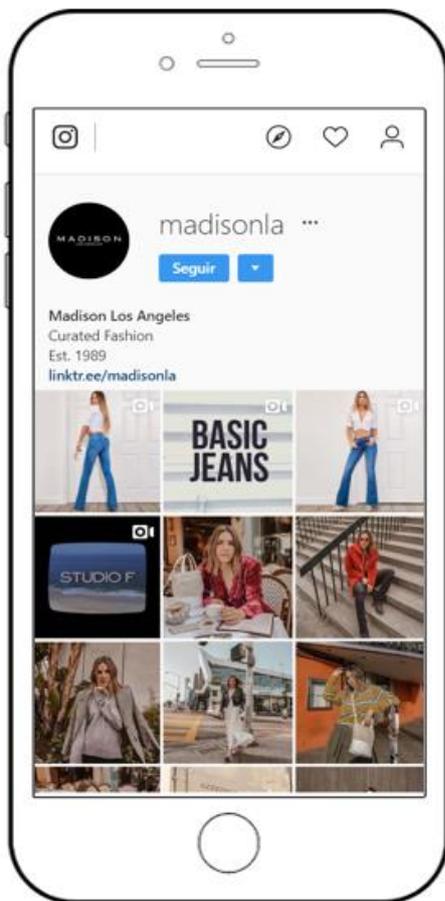
Con respecto a lo anterior, STF Group con la marca Studio F busca entrar al mercado con diferentes estrategias de promoción las cuales estarán descritas a continuación.

Los móviles fueron el principal impulsor del crecimiento digital en Estados Unidos en el año 2017, representando más de 70% del gasto en digital y más de 25% del gasto total en los medios. Por lo que unas de las principales propuestas de promoción están dirigidas al marketing digital, en donde se enfocará especialmente en los medios sociales dado a que esta representa una gran influencia en la decisión de compra de los consumidores, ya que de acuerdo a la investigación de Statista el 48% de los encuestados ha comprado productos o servicios descubiertos a través de las redes sociales. Además, nuestro producto está dirigido a edades jóvenes entre los 25 – 45 años, donde de acuerdo a otro estudio de Statista revela que este es el rango edad que más hace uso de los medios digitales, siendo casi el 86%.

Gráfico Influencia de las redes sociales en las decisiones de compra de los consumidores en los Estados Unidos



Fuente: Statista 2017



De acuerdo a lo anterior se desarrollará distintas publicidades por las redes sociales, tales como Instagram, Facebook, y Twitter de la marca aliada con el fin de que promocionar a la marca y el nuevo producto en la región de Los Ángeles.

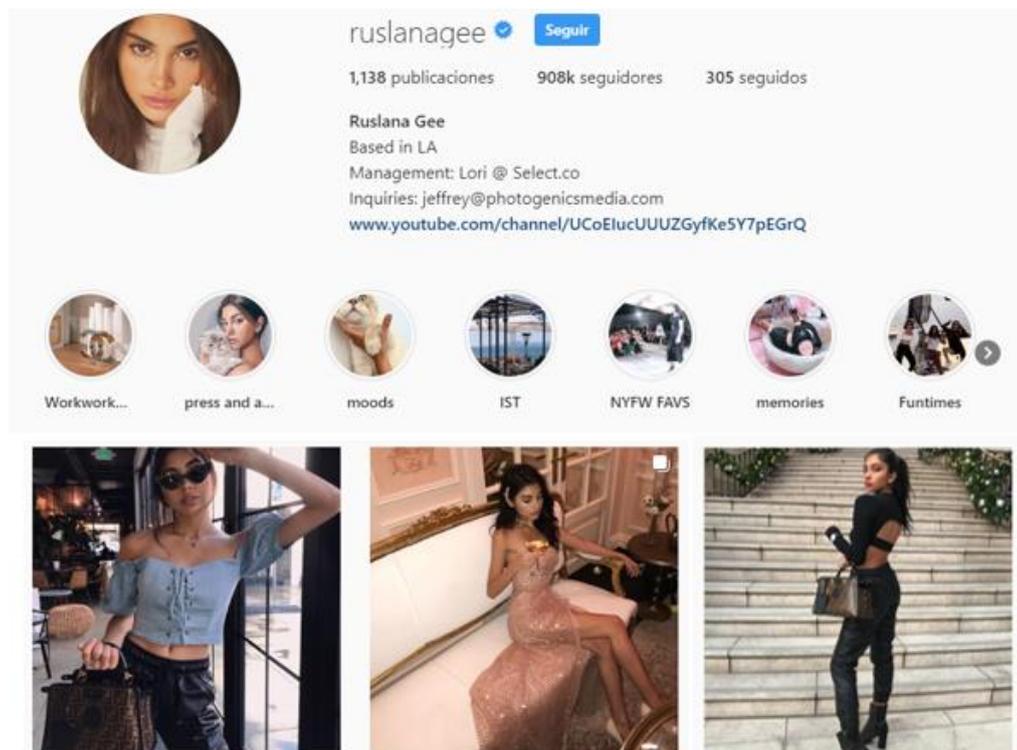


Fuente: Instragram de la Tienda, y página de la Marca Sudio F

Otra estrategia a implementar a la promoción, luego de identificar la clave de este canal se hará la búsqueda de un influenciador en diferentes ámbitos o secciones de entretenimiento que sea buen prescriptor para el producto.

- **Ruslana Gee** @ruslanagee
- **Segmentación:** moda, estilo, tendencia
- **Seguidores:** 908.000 seguidores (908 K Los Ángeles)
- **Edades:** 25 – 45 años
- **Precio:** \$ 1'000.000 – USD 305

Esto con la finalidad de poder llegar a diferentes nichos de mercados y, que la empresa Studio F S.A pueda hacer conocimiento de su producto en este mercado extranjero, teniendo un precio total de \$1.500.000 o USD 430 la inversión total de esta estrategia.



Fuente: Instagram de @ruslanagee

3.5 ESTRATEGIA DE INMERSIÓN

La empresa STF Group encontró que la forma más rentable de entrar con su marca Studio F al mercado estadounidense fue por medio de una alianza estratégica con la empresa MADISON LOS ANGELES ubicada en Los Ángeles, California y con ello, poder consolidar las ventas en dicho país, esta estrategia permitirá a la empresa reducir costos en cuanto a inversión de infraestructura, recursos humanos, administración permitiendo una distribución óptima del producto en la ciudad de los Ángeles, ya que tiene la ventaja de contar con tres puntos de venta ubicados en lugares claves de la ciudad.

Dentro de la alianza de STF Group y la tienda comercializadora Madison Los Ángeles, se repartirán responsabilidades para beneficio común de dicha estrategia.

En el área de producción, la empresa STF GROUP S.A. será encargada en una cadena de suministros de materia prima para poder brindar el producto final con los más altos estándares de calidad a los consumidores finales.

En el área de promoción, será compartida por ambas empresas en donde la empresa Madison Los Ángeles, será la encargada en la publicidad en línea por medio de sus plataformas para darla a conocer al público en general; y la empresa STF Group, se encargará de contratar una influencer ubicada en los Ángeles, que permita impulsar la marca, generando confianza, fidelidad y reconocimiento del producto.

Finalmente, para la distribución la empresa STF GROUP S.A será la encargada de hacer llegar la mercancía hasta el puerto de los Ángeles por medio del Icorterm CFR a la empresa aliada, por lo que Madison Los Angeles será la encargada de retirar dicha mercancía y llevarla hasta el deposito propio de la empresa, para luego ser distribuida a cada punto de venta para la comercialización final de los Jeans Denim para dama.

4. LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN ADUANERA

4.1 CANTIDADES A EXPORTAR

Con base segmentación, se tomó una población femenina de 25 a 45 años de edad donde dio un total de 1'435.100 de mujeres en la ciudad de los Ángeles, por lo que de acuerdo con el objetivo de mercado el cual es de 2% pudimos calcular el consumo aparente dando resultado 28.702 unidades anuales, y estas serán enviadas divididas en dos envíos anuales.

Poblacion Segmentada	1.435.100
%	2%
Unidades Totales	28.702

Fuente: propia

Se calcularon diferentes unidades de acuerdo a la talla, los cuales se describen a continuación:

TALLAS			Unidades	# Cajas	Peso x Unidad KG	Peso x Caja KG	Peso Total del Total de Cajas KG
COL	USA						
XS	6	0 - 2	1.080	72	0,35	5,25	378,00
S	8	4 - 6	2.520	168	0,5	7,5	1.260,00
M	10	8 - 10	2.520	168	0,65	9,75	1.638,00
L	12	12 - 14	3.570	238	0,8	12	2.856,00
XL	14	16 -18	3.570	238	0,95	14,25	3.391,50
XXL	16	20	1.080	72	1,1	16,5	1.188,00
TOTAL			14.340	956			10.711,50

Fuente: propia

4.2 EMPAQUE Y EMBALAJE DEL PRODUCTO

4.2.1 Descripción empaque primario

El empaque primario tiene contacto directo con el producto y su función es proteger la mercancía de riesgos principalmente físicos como lo son:

- Humedad.
- Deterioro de la prenda por luz solar.
- Plagas y roedores.

- Decoloración de la prenda. El empaque primario ideal para contener el JEAN es en bolsas plásticas con presentación individual.



Fuente: DHgate

4.2.2 Descripción del empaque secundario

Este contiene el empaque primario, pero su principal función es facilitar y proteger la manipulación de la mercancía durante el proceso logístico. El empaque secundario debe contener marcas y rotulado para indicar cómo debe ser la forma correcta de manipular el producto.



Fuente: Freepik

Dentro del empaque y embalaje del producto es importante tener las medidas del producto en este caso la bolsa donde se empaquetará el pantalón por unidad (empaque primario) y a su vez, las medidas de la caja master (empaque secundario) en donde se empaquetan el producto de a 15 unidades las cuales se pueden ver detalladamente en la siguiente tabla.

BOLSA PLASTICA (UNIDAD)		CAJA MASTER	
Largo (cm)	35	Largo (cm)	38
Ancho (cm)	24	Ancho (cm)	28
Alto (cm)	2	Alto (cm)	30

Fuente: Realización propia

Para realizar el cubicaje de la mercancía se tuvo en cuenta las medidas expuestas anteriormente del producto. Por lo cual, como se evidencia en la siguiente figura, en cada caja contiene 15 unidades cuyo peso varía de acuerdo a la talla del pantalón.

Tallas EE.UU	Peso x Unidad (Kg)	Unidades x caja	Peso x Caja (Kg)
0 - 2	0,35	15	5,25
4 - 6	0,5	15	7,5
8 - 10	0,65	15	9,75
12 - 14	0,8	15	12
16 - 18	0,95	15	14,25
20	1,1	15	16,5

Fuente: Realización propia

4.3 PRECIO DE VENTA INTERNACIONAL

TABLA DE COSTOS		TRM USD 3337,19
INCOTERMS	COP	USD
PRECIO	\$ 180.000	\$ 53,94
CANTIDAD	14351	14351
EMPAQUE	\$ 14.351.000	\$ 4.300,32
EMBALAJE	\$ 93.281.500	
PALETIZADO	\$ 90.000	\$ 26,97
EXWORK	\$ 2.597.621.000	\$ 778.385,71
TRANSPORTE NACIONAL	\$ 4.500.000	\$ 1.348,44
SEGURO NACIONAL	\$ 77.436.000	\$ 23.203,95
DOC DE EXPORTACIÓN	\$ 435.000	\$ 130,35
FAS	\$ 2.681.660.595	\$ 803.568,45
CARGUE DE LA M/CIA	\$ 173.435	\$ 51,97
GASTOS PUERTO	\$ 1.668.595	\$ 500,00
SUBTOTAL	\$ 2.681.834.030	\$ 803.620,42
SIA (5% Sub Total)	\$ 129.881.050	\$ 38.919,29
FOB	\$ 2.811.715.080	\$ 842.539,71
FLETE INTERNACIONAL	\$ 9.350.000	\$ 373,21
SEGURO INTERNACIONAL	\$ 84.631.952	\$ 38.937,95
CIF/CRF	\$ 2.905.697.032	\$ 870.701,71
GASTOS PUERTO	\$ 1.668.595	\$ 500,00
DAT	\$ 2.907.365.627	\$ 871.201,71
TRANSPORTE INTERNO ESTADOS UNIDOS	\$ 363.574	\$ 108,95
SEGURO NACIONAL	\$ 10.907	\$ 3,27
AGENTE ADUANERO	\$ 129.881.050	\$ 38.919
DAP	\$ 3.037.621.158	\$ 910.233
GASTOS DOC- TRAMITES	\$ 235.630	\$ 29,11
IMPUESTOS A IMPORTACIÓN (0%)	\$ -	\$ -
IVA (5%)	\$ 145.451.711	\$ 44.143
DDP	\$ 3.183.308.499	\$ 954.405

Fuente: Realización propia

Para poder establecer el precio de venta en el mercado estadounidense, se realizó la tabla de costos teniendo en cuenta los términos de negociación internacional (incoterms), con una tasa representativa del mercado del 12 de noviembre, en la que se establecen el precio de venta en el mercado nacional, y el precio para cada uno de los factores que están inmersos en el proceso de la negociación.

Para el caso del valor del transporte, en relación al flete interno en el país de origen y el flete en el país internacional, se tuvo en cuenta con base el volumen. Por lo cual, con la empresa

colombiana ALLTRANS LTDA se realizó desde el cargue de la mercancía en la ciudad de Cali hasta la llegada al puerto de los ángeles sin descargue ni documentación aduanera de importación.

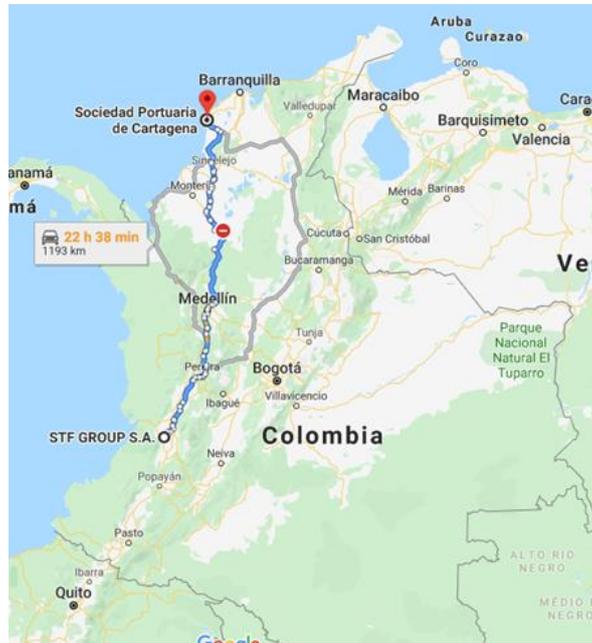
4.4 TÉRMINO INCOTERM A NEGOCIAR

El termino seleccionado para llevar a cabo el proceso de negociación y logística por las dos empresas fue CFR- 2010 (Cost and Freight) esto debido a que la empresa exportadora es una compañía nueva en este Mercado. Por lo cual no cuenta con la experiencia necesaria para ejecutar los procesos aduaneros y logísticos mas óptimos en destino. “Costo y flete” significa que el vendedor entrega la mercancía al portador en el Puerto del país de destino asumiendo el cargo del coste del transporte principal. El vendedor contratara la cobertura de seguro contra el riesgo del comprador de pérdida o daño causados a la mercancía durante el transporte, sin que lo exija el incoterms, para dar mayor seguridad a nuestro comprador y la mercancía llegue a su destino final en excelentes condiciones.

El comprador se encargará de realizar los trámites aduaneros de importación, Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes), sumir los costos de la inspección previa al embarque, excepto cuando sea ordenada por el país exportador y transporte en el país de destino. En este ítem la empresa tiene una ventaja el cual cuenta con su propio transporte en el país de destino Dicho servicio consiste en trasladar la mercancía de las instalaciones donde el proveedor los desee hasta los centros de distribución de MADINSON LOS ANGELES y verificar la entrega eficazmente. De esta manera evita viajes en vacío generando ahorros significativos en transporte.

4.5 RUTA INTERNACIONAL DE LA OPERACIÓN

En relación a la ruta para el envío de la mercancía, inicia en la Cuidad de Cali lugar donde se encuentra la fábrica de la empresa STF GROUP S.A donde a través de una transportadora nacional, esta será la encargada de la mercancía, para después ser despacha al puerto de la ciudad de Cartagena, esta es una ruta terrestre con un promedio de tiempo de 22 horas.



Fuente: Google Maps

Una vez llegada la mercancía al puerto, se pondrá a disposición del puerto Cartagena donde la mercancía iniciará su ruta marítima a su país destino Estados Unidos, este será un recorrido de 19 -20 días, llegando al puerto de Los ángeles. Cabe resaltar que la ruta fue escogida teniendo en cuenta el perfil logístico de pro Colombia, y se realizara por medio de la naviera **Hamburg Süd**.

Itinerario: De Cartagena COCTG Hacia Los Angeles USLAX			
De	Días	Hacia	Naves / IMO
	Transbordos		Viaje / Modo de transporte
Cartagena COCTG		Los Angeles USLAX	LUNA MAERSK / 9180781
Salida:	12-nov 17:00	Llegada:	02-dic 08:00
Cierre de carga:	11-nov 10:00	Carga disponible:	03-dic 03:00
	20 Días		9443 / LINER
	22 Días		
	1 TS		
Cartagena COCTG		Los Angeles USLAX	SPIRIT OF HAMBURG / 9391680
Salida:	14-nov 04:00	Llegada:	02-dic 08:00
Cierre de carga:	12-nov 15:00	Carga disponible:	03-dic 03:00
	19 Días		9443 / LINER
	21 Días		
	1 TS		
Cartagena COCTG		Los Angeles USLAX	MAERSK NEWBURY / 9231470
Salida:	18-nov 05:30	Llegada:	08-dic 08:00
Cierre de carga:	18-nov 15:00	Carga disponible:	10-dic 03:00
	22 Días		9443 / LINER
	24 Días		
	1 TS		
Cartagena COCTG		Los Angeles USLAX	LARS MAERSK / 9284379
Salida:	19-nov 22:00	Llegada:	09-dic 08:00
Cierre de carga:	18-nov 10:00	Carga disponible:	10-dic 03:00
	20 Días		9443 / LINER
	22 Días		
	1 TS		
Cartagena COCTG		Los Angeles USLAX	LARS MAERSK / 9284379
Salida:	19-nov 22:00	Llegada:	21-dic 08:00
Cierre de carga:	18-nov 10:00	Carga disponible:	21-dic 17:00
	32 Días		9443 / LINER
	34 Días		
	1 TS		

Fuente: Hamburg Süd, 2019

5. EVALUACIÓN FINANCIERA

INGRESOS Y EGRESOS DEL PROYECTO

	Años				
	1	2	3	4	5
Precio Unitario	\$ 180.000	\$ 187.938	\$ 196.226	\$ 204.880	\$ 213.915
Cantidad	28.702	43.419	58.384	73.600	89.071
Costo TOTAL Unitario	\$ 112.320	\$ 117.273	\$ 122.445	\$ 127.845	\$ 133.483
Ingresos	\$ 5.166.360.000	\$ 8.160.070.719	\$ 11.456.465.655	\$ 15.079.212.756	\$ 19.053.638.148
Egresos	\$ 3.868.842.704	\$ 5.996.806.411	\$ 8.338.608.925	\$ 10.910.940.704	\$ 13.731.602.148

VALOR TOTAL DFI	2.905.697.032	4.532.407.183	6.323.118.491	8.290.326.551	10.447.762.802
COSTO DFI	645.034.064	\$ 904.922.282	\$ 1.189.774.356	\$ 1.501.511.944	\$ 1.842.131.944

Inversión Año 0	
Costos TOTALES	\$ 3.221.337.600
GASTOS DE PROMOCIÓN	\$ 54.000.000
COSTO DFI	\$ 645.034.064
Total	\$ 3.920.371.664

FLUJO DE CAJA NETO

	Años					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos		\$ 5.166.360.000	\$ 8.160.070.719	\$ 11.456.465.655	\$ 15.079.212.756	\$ 19.053.638.148
Egresos		\$ 3.868.842.704	\$ 5.996.806.411	\$ 8.338.608.925	\$ 10.910.940.704	\$ 13.731.602.148
Inversion	-\$ 3.920.371.664					
Flujo de Caja Neto	-\$ 3.920.371.664	\$ 1.297.517.296	\$ 2.163.264.308	\$ 3.117.856.730	\$ 4.168.272.052	\$ 5.322.036.000

Costo capital	21%
VPN	\$ 4.385.849.092,76
TIR	54,60%
B/C	2,12

PAY BACK	Años					
	0	1	2	3	4	5
	-\$ 3.920.371.664	\$ 1.072.328.343,80	\$ 1.477.538.630,13	\$ 1.759.948.841,74	\$ 1.944.529.675,20	\$ 2.051.875.265,89
		-\$ 2.848.043.320,20	-\$ 1.370.504.690,07	\$ 389.444.151,67	\$ 2.333.973.826,87	\$ 4.385.849.092,76
Periodo de recuperacion	2,78 Años					

6. REFERENCIAS:

- INFORME DEL SECTOR INEXMODA. (2019)
http://www.saladeprensainexmoda.com/wp-content/uploads/2019/06/informe_especial_textil_y_confecciones_may_2019.pdf
- COLOMBIA PRODUCTIVA. (2019) <https://www.maro.com.co/apuesta-pdp/bienes/1>
- COLOMBIA PRODUCTIVA SECTOR MANUFACTURA
<https://www.colombiaproductiva.com/ptp-sectores/manufactura/sistema-moda>
- DANE <https://www.dane.gov.co/>
- CAMARA DE COMERCIO BOGOTA. __Industria Textil Colombiana 2018
<https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Prendas-de-Vestir/Noticias/20182/Febrero-2018/Industria-Textil-Colombiana-2018-telas-inteligentes-y-tendencias-ecologicas>
- PROCOLOMBIA <http://www.procolombia.co/node/677>
- TRATADO DE LIBRE COMERCIO – ESTADOS UNIDOS MINCOMERCIO
<http://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/acuerdo-de-promocion-comercial-entre-la-republ-1/contenido/resumen-del-acuerdo>
- SECXTOR DE TEXTIL Y CONFECCIONES – LEGISCOMEX
<https://www.legiscomex.com/Documentos/tlc-eeuu-preguntas-sector-textil-confecciones>
- PROCOLOMBIA GUIA PRACTICA PARA CONOCER LAS NORMAS DE ETIQUEDADO PARA SISTEMA DE MODA
http://www.procolombia.co/sites/default/files/normas_de_etiquetado21-11-2018.pdf
- ESTADÍSTICAS Y HECHOS SOBRE LA INDUSTRIA PUBLICITARIA DE EE. UU. (2017) <https://www.statista.com/topics/979/advertising-in-the-us/>
- PORCENTAJE DE ADULTOS EN LOS ESTADOS UNIDOS QUE USAN REDES SOCIALES A PARTIR DE FEBRERO DE 2019, POR GRUPO DE EDAD
<https://www.statista.com/statistics/471370/us-adults-who-use-social-networks-age/>
- IMPACTO DE LAS PUBLICACIONES DE INFLUENCERS EN LAS DECISIONES DE COMPRA ENTRE EL PÚBLICO DE MARKETING DE INFLUENCERS EN TODO EL MUNDO A PARTIR DE FEBRERO DE 2018, POR NIVEL DE INFLUENCERS
<https://www.statista.com/statistics/956197/influencer-impact-on-purchasing-decisions/>