

**Incursión de la Marca Fajas Body Flex en Mercados Extranjeros con el Producto Faja-
Braga Mediante Estrategias de Internacionalización.**

Natalia Pérez Bolemo

George Brian Trujillo Méndez

Jarod Josué Castro Gómez

Universidad Pontificia Bolivariana

Bucaramanga, Santander

2020

Contenido

1. Anteproyecto	4
1.1.1 Identificación del problema	4
1.1.2 Formulación del problema	4
1.1.3 Descripción del problema	4
1.2 Objetivos	4
1.2.1 General	4
1.2.2 Específicos	4
1.3 Justificación	5
1.4 Cronograma	5
2. Análisis del sector Moda	7
2.1 Exportaciones del Sector Moda	7
2.2 Exportaciones de Colombia	7
2.3 Empleo en el Sector Moda	8
2.4 Importaciones en el sector de moda	9
2.5 Ventas de prendas íntimas	9
2.6 Balanza Comercial	10
2.7 Comercio Mundial del sector	11
2.8 Principales destinos de importación para el sector moda	11
2.9.1 Principales empresas de prendas de vestir en 2018	12
2.9.2 Principales empresas de textiles y materias primas en 2018	13
2.9.3 Competidores Nacionales	14
2.10 Ventas Anuales	15
2.11 Principales productos de comercialización	16
2.12 Análisis Departamental	16
2.12.1 Principales Departamentos del Sector Moda	16
3. Análisis de la Empresa	17
Indicadores de tamaño	17
3.1 Ventas Body Flex	18
3.2 Activos Body Flex	18
Indicadores de Endeudamiento	19
3.3 Pasivos Body Flex 2018	19

3.4 Razón de Endeudamiento del Activo Total (Pasivo/Activo)	20
3.5 Apalancamiento (Ratio del endeudamiento, Pasivo/Patrimonio)	20
3.6 Pasivo Total/Ventas.....	21
3.7 Pasivo Corriente / Pasivo total	21
3.8 Indicadores de rentabilidad	21
3.9 Margen Neto de Utilidad (Utilidad Neta/ Ventas).....	22
3.10 ROA – Rendimientos sobre los activos (Utilidad Neta/Activo Total).....	22
3.11 ROE – Rentabilidad sobre el patrimonio neto (Utilidad Neta/ Patrimonio)	22
3.12 Margen neto de utilidad (Utilidad Operacional/Ventas).....	23
4. Análisis del Producto	23
4.2 Comportamiento de las fajas en el mercado internacional	23
4.3 Arancel aduanero de los mercados de interés	24
Requerimientos de la faja para ingresar a los mercados de interés	24
4.4 Certificaciones de calidad.....	25
4.4 Clasificación del Producto	25
5. SELECCIÓN DEL MERCADO	28
5.1 Matriz de selección de país	28
5.2 Investigación de Mercado Estados Unidos	31
5.3 MARKETING MIX.....	39
5.3.1 Producto.....	39
5.3.2 Promoción.....	44
5.3.3 Precio.....	47
5.3.4 Canales de distribución y comercialización.....	48
5.4 ESTRATEGIA DE INMERSIÓN	50
6.1 CANTIDAD PARA EXPORTAR.....	51
6.2 EMPAQUE Y EMBALAJE DEL PRODUCTO	52
6.3 PRECIO DE VENTA INTERNACIONAL	57
6.4 TERMINO INCONTERM A NEGOCIAR	57
6.4 RUTA INTERNACIONAL DE LA OPERACIÓN	58
6.5 COSTEO DE OPERACIÓN	62
7. EVALUACIÓN FINANCIERA	64
REFERENCIAS.....	68

1. Anteproyecto

1.1 Problema

1.1.1 Identificación del problema

Incrementar la participación en el mercado internacional para la empresa Fajas Body Flex. Buscando nuevos mercados objetivos con el producto Fajas braga.

1.1.2 Formulación del problema

¿Cuál es la estrategia favorable para buscar nuevos mercados objetivos con el producto de Fajas braga?

1.1.3 Descripción del problema

Es una Empresa Colombiana enfocada en moldear y realzar la belleza interior y exterior de nuestros clientes por medio de la fabricación, comercialización y exportación de fajas postquirúrgicas y de uso diario, diseñadas para generar comodidad, seguridad y confianza. Para el 2020 en Fajas Body Flex S. A. S. tienen como visión crecer un 100%, incrementando la participación en el mercado nacional e internacional; convirtiéndose en la marca número uno en el corazón de nuestros clientes y destacándonos por ser un referente de innovación, inspiración y autoestima.

1.2 Objetivos

1.2.1 General

Identificar las estrategias de incursión de la marca Fajas Body Flex con su producto faja-braga en mercados extranjeros.

1.2.2 Específicos

1.2.2.1 Presentar una propuesta de internacionalización para comercializar las fajas de Body Dlex.

1.2.2.2 Analizar un mercado objetivo y las estrategias para promocionar los productos de Fajas Body Flex.

1.2.2.3 Analizar la estrategia financiera de la empresa con el fin de crea un plan para mejorar sus ventas a nivel internacional.

1.2.2.4 Diseñar y establecer una óptima cadena de distribución a fin de reducir los costes de la distribución física internacional.

1.3 Justificación

La elección de esta empresa y su producto fajas-bragas se basa en la buena recepción que tiene estos productos en los mercados internacionales y debido a la demanda mundial actual de estos productos debido a diferentes intereses sociales y saludables tales como cuidado de imagen, tratamientos posts quirúrgicos, obesidad, fitness, entre otros. Es así como en busca de aprovechar estas oportunidades de negocio se busca investigar y crear estrategias que permitan satisfactoriamente la creación de un plan de comercialización internacional

1.4 Cronograma

Actividades	Meses			
	1	2	3	4
Determinación del tema, formulación de problema de investigación	x			
Objetivos, Justificación, Anteproyecto en Norma APA	x			
Diagnóstico del sector Moda	x			
Análisis Financiero de la empresa	x			
Preselección de mercados		x		

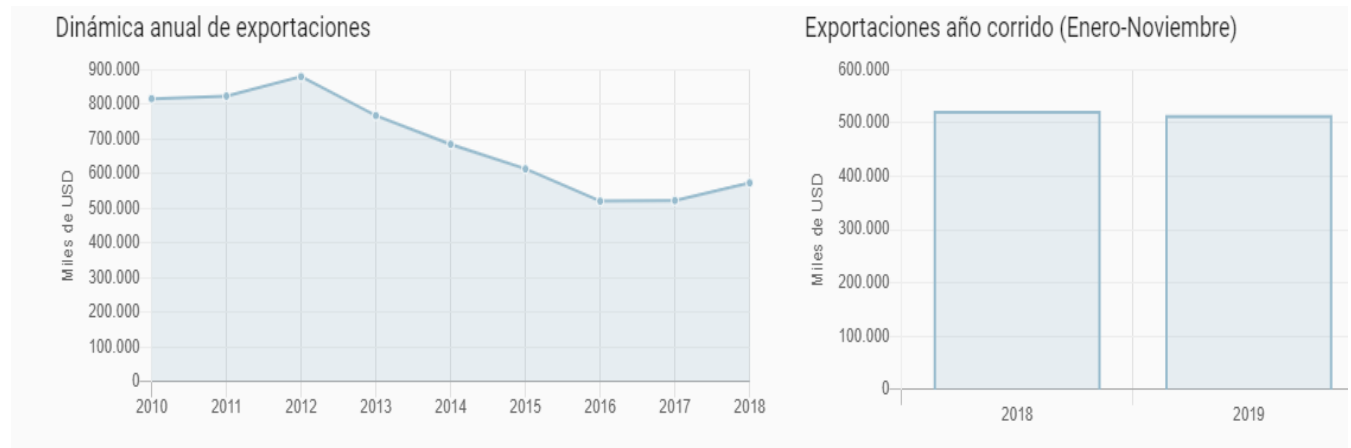
Análisis del Mercado Objetivo Condiciones de Acceso Evaluación y Caracterización de los Acuerdos Vigentes Competencia Promoción		x		
Planteamiento de estrategias		x		
Desarrollo de la Cadena Logística, Incoterms		x		
Proceso de embalaje y unitarización		x		
Descripción del DFI		x		
Costeo de la cadena logística nacional e internacional		x		
Estrategia de Comercialización			x	
Evaluación Financiera			x	
Sustentación				x

Fuente: Elaboración propia

2. Análisis del sector Moda

2.1 Exportaciones del Sector Moda

Figura 1. Dinámica anual de exportaciones del sector



Fuente: MARO

Las exportaciones Nacionales del sector moda tuvieron un periodo de decrecimiento desde el 2012 al 2016, sin embargo, a partir de este mismo año inicio un nuevo periodo de crecimiento hasta el 2018 debido a la importancia del sector para el desarrollo de la economía colombiana y a la demanda mundial de los productos de este sector. Al analizar los datos expuestos por la plataforma de análisis MARO, se puede evidenciar que en el 2019 se exportaron 514.466 USD de productos del sector moda al resto del mundo, lo cual es una cifra significativa que reafirma la importancia del sector.

2.2 Exportaciones de Colombia

Figura 2. Dinámica anual de exportaciones de Colombia



Fuente: MARO

El total de exportaciones del 2019 es de 36.103.816 USD, es decir que el sector moda representa el 1.425% del total de ingresos nacionales recibidos por parte de exportaciones y representa el 8,6% del PIB industrial en el 2018. El sector moda también tuvo un gran número de personas empleadas donde al final del 2018 se mantuvieron 450 mil empleos en el sector y tuvo un decrecimiento de 8 mil empleos debido a la tecnificación del proceso de producción de las empresas textiles, sin embargo, desde el 2010 hasta el 2016 el sector había mantenido un crecimiento en su mano de obra.

2.3 Empleo en el Sector Moda

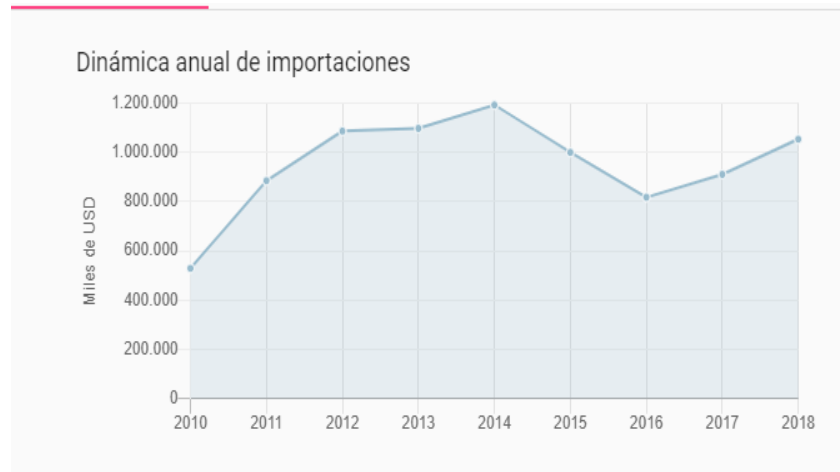
Figura 3. Dinámica anual de empleo



Fuente: MARO

2.4 Importaciones en el sector de moda

Figura 4. Dinámica anual de importaciones



Fuente: MARO

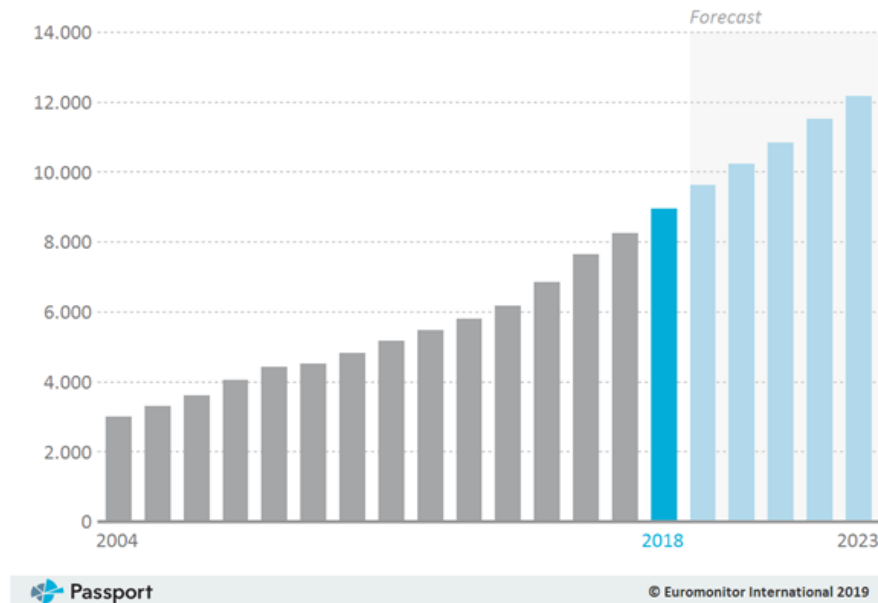
En el gráfico podemos observar las importaciones del sector moda desde el año 2010 hasta el año 2018. En el 2010 las importaciones de este sector en el país fueron de 528.814 Miles de USD y en el año 2014, 1.200.000 Miles de USD lo cual representó un crecimiento de 671.816 millones de USD del sector para la economía ya que, Colombia depende de las materias primas del sector textil para su elaboración de prendas y comercializarlas en el mercado nacional e internacional. En el año 2016 las importaciones bajaron unos 383.042 millones USD y para el año 2018 tuvo una leve subida de los 148.000 millones de USD.

2.5 Ventas de prendas íntimas

Figura 5. Ventas anuales de prendas íntimas en Colombia

Sales of Womenswear in Colombia
Retail Value RSP - COP billion - Current - 2004-2023

8.907



Fuente: Euromonitor 2019

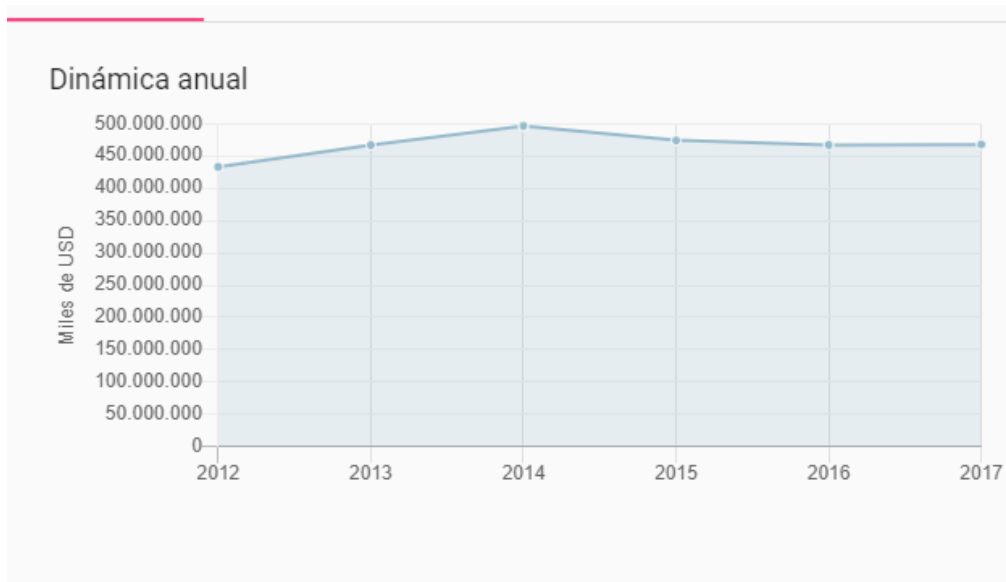
En la anterior gráfica se puede analizar cómo se ha comportado el sector ropa íntima femenina, incluyendo las fajas, en el cual desde el 2004 ha estado en crecimiento de ventas analizando solamente las prendas como fajas en mujeres. Esto es positivo ya que demuestra la gran demanda y además el crecimiento de la industria en Colombia donde existen grandes marcas reconocidas dentro del país y en algunos países del cono sur. Además, según Euromonitor International 2019 proyecta que la tendencia al crecimiento continuará por lo menos hasta el 2023.

2.6 Balanza Comercial

Como podemos observar el sector de modas colombiano tiene una balanza comercial negativa respecto a este sector, ya que las importaciones tienen un mayor volumen que de las mismas exportaciones. Para el año 2018 las importaciones del sector representaron un 1.052.226 de millones de USD y las exportaciones representaron un total 573.531 millones de USD. Esto quiere decir que tenemos un déficit comercial en Colombia respecto a este sector, a pesar de que, Colombia se ha mantenido con una leve recuperación del comercio internacional del sector modas.

2.7 Comercio Mundial del sector

Figura 6. Dinámica anual del comercio mundial sector moda



Fuente: MARO

El comercio mundial de este sector de modas se ha mantenido sin una diferencia significativa. La diferencia del comercio mundial ha tenido una leve subida en el sector de modas de 34.603.208 millones de USD.

2.8 Principales destinos de importación para el sector moda

Figura 7. Países de destinos de importación sector moda

Países	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2017/2016 Var %	TCAC 2017/2012
Estados Unidos	86.218.782	89.534.664	95.377.277	99.208.621	93.800.058	93.496.876	-0.32	1.63
Alemania	37.405.326	40.141.160	42.760.724	38.243.263	38.660.579	41.309.858	6.85	2.01
Japón	34.382.263	34.113.420	31.789.606	29.186.438	28.572.989	28.791.656	0.77	-3.49
Reino Unido	26.384.593	28.045.523	30.946.640	29.538.074	27.318.269	27.068.375	-0.91	0.51
Francia	23.765.234	25.192.407	26.641.444	24.235.306	24.421.589	25.443.335	4.18	1.37
España	14.783.116	15.976.120	18.117.268	18.001.788	18.543.963	19.545.165	5.4	5.74
Italia	15.592.207	15.802.189	17.220.344	15.513.840	15.720.560	16.425.664	4.49	1.05
Hong Kong	19.552.929	19.829.629	19.527.445	18.132.117	16.263.330	15.592.884	-4.12	-4.43
Países Bajos	11.077.296	11.669.195	12.847.056	11.685.251	12.210.328	13.654.526	11.83	4.27
China	8.834.649	9.671.754	10.607.685	11.124.744	12.129.788	11.795.774	-2.75	5.95

Cifras en miles de dólares. Fuente: WITS-COMTRADE. Cálculos: Gerencia de Inteligencia Competitiva - Colombia Productiva. - Última actualización: Abril de 2019.

Fuente: MARO

El principal país que mueve el comercio internacional en este sector de moda es el de Estados Unidos con un total de importaciones de 93.496.876 millones de USD (2017) y con una tasa de crecimiento anual de 1.63. El segundo país que más importa en este sector es el de Alemania con un total de importaciones de 41.309.858 millones de USD (2017) con una tasa de crecimiento de 2.01 anual. El tercer país que más importa es Japón con un total de importaciones de 28.791.656 millones de USD (2017) con una tasa de crecimiento de 3.49.

Por último, se puede evidenciar que China ha tenido una tasa anual de crecimiento (5.95) tasa anual alto ya que es el país que más exporta y maquila en el sector moda.

2.9 Empresas productoras a nivel nacional y regional

2.9.1 Principales empresas de prendas de vestir en 2018

Figura 8. Empresas de prendas de vestir

	NIT	Razón Social Exportador	Valor FOB dólares
1	800206584	Comercializadora Internacional Jeans S.A.S	\$ 58,273,173
2	811044814	Sociedad De Comercializacion Internacional Girdle & Lingerie	\$ 50,402,795
3	890100783	Industrias Cannon De Colombia S.A.	\$ 37,423,719
4	890901672	Crystal S . A . S	\$ 36,903,693
5	800130149	Supertex S.A.	\$ 20,923,281
6	860001777	Industrias Inca S.A.S.	\$ 16,315,947
7	805003626	Stf Group S.A.	\$ 14,638,354
8	800227956	Comercializadora Internacional El Globo S.A.S.	\$ 7,943,759
9	860027136	Textilia S A S En Reorganizacion	\$ 6,615,532
10	860015204	Ciplas S.A.S.	\$ 6,353,239
11	900708883	Vivell S.A.S.	\$ 5,452,334
12	800152825	Sociedad De Comercializacion Internacional Keracol S.A.	\$ 4,978,708
13	800080027	Expofaro S . A . S .	\$ 4,972,401
14	900310573	Ci Manufacturas Model Internacional S.A.S.	\$ 4,881,397
15	890312535	Spataro Napoli S.A.	\$ 4,873,410
16	860516806	Permoda Ltda	\$ 4,686,520
17	800106884	Dugotex S. A. En Reorganizacion	\$ 4,439,271
18	900461923	C.I. Laima S.A.S.	\$ 4,390,311
19	900342297	Comercializadora Arturo Calle S.A.S.	\$ 4,360,227
20	805015744	Denim Factory S. A	\$ 4,289,547

Fuente: Cifras Dian-Elaboración Sectorial

En este gráfico se puede observar que las principales empresas productoras de prendas de vestir en el año 2018 con mayor exportación fueron Comercializadora Internacional Jeans S.A.S con \$58.273,173 y la segunda Sociedad de Comercialización Internacional Girdle & Lingerie con \$50.402,795.

2.9.2 Principales empresas de textiles y materias primas en 2018

Figura 9. Empresas de textiles y materias primas

	NIT	Razón Social Exportador	Valor FOB dólares
1	890903474	Enka De Colombia S.A.	\$ 62,527,724
2	860000452	Manufacturas Eliot S.A.S.	\$ 53,434,708
3	860001965	Textiles Lafayette Sas	\$ 19,922,731
4	890900308	Fabricato S.A.	\$ 16,375,297
5	890900285	Compañía De Empaques S.A	\$ 14,895,373
6	900060476	Encajes S.A.Colombia	\$ 11,973,982
7	860001963	Protela S A	\$ 6,962,199
8	891400379	Textiles Omnes S.A.	\$ 3,774,221
9	890900265	Coats Cadena Andina S.A.	\$ 3,652,342
10	830083392	Productora De Textiles De Tocancipa S A	\$ 3,391,216
11	890900259	Coltejer S.A.	\$ 3,019,141
12	860033245	Industria Textil Colombiana S A S	\$ 2,810,738
13	800021390	Geomatrix S A S	\$ 2,101,551
14	830078262	Tejidos Especiales Sas	\$ 1,719,480
15	800165815	Textiles 1 X 1 S.A.S.	\$ 1,546,015
16	800229665	Unifi Latin America S.A.S	\$ 1,541,825
17	900962644	C.I. Papecolve S.A.S.	\$ 1,526,069
18	890113508	Finotex S.A.	\$ 1,349,151
19	890211562	Tejidos Sinteticos De Colombia S.A.	\$ 1,280,138
20	900242967	C I Millenium Internacional S A S	\$ 1,154,276

Fuente: Cifras Dian-Elaboración Sectorial

En este grafico se puede observar que las principales empresas productoras de textiles y materias primas en el año 2018 con mayor exportación fueron las expuestas en la imagen, siendo Enka de Colombia S.A la que mayor valor tiene con \$62.527,724, siguiéndole Manufacturas Eliot S.A.S con \$53.434,708.

2.9.3 Competidores Nacionales

-Forma tu cuerpo

Figura 10. Forma tu cuerpo



Esta empresa vende sus productos en más de 15 países, que incluyen México, Costa Rica, República Dominicana, Estados Unidos y Austria, entre otros. 11 años, esta empresa pasó de ser una pequeña unidad productiva con menos de 10 empleados, a una multinacional con más de 100 trabajadores y con operaciones propias en tres países. En 2008 abrió dos tiendas en Houston, Estados Unidos, dos en México, además de las que tiene en Bogotá.

-Bogatana Fajas Lady

Figura 11. Bogotana Fajas Lady



Se dedica a la fabricación de prendas de control, siendo muy fuerte en prendas postoperatorias, hace lo propio. Exporta 85% de su producción que en este momento es de 5.000 unidades al mes.

Sus principales mercados de destino son Ecuador, Perú, República Dominicana, Estados Unidos y Europa en donde ya han comenzado a atender población latina que cada día toma más importancia en esta zona del mundo.

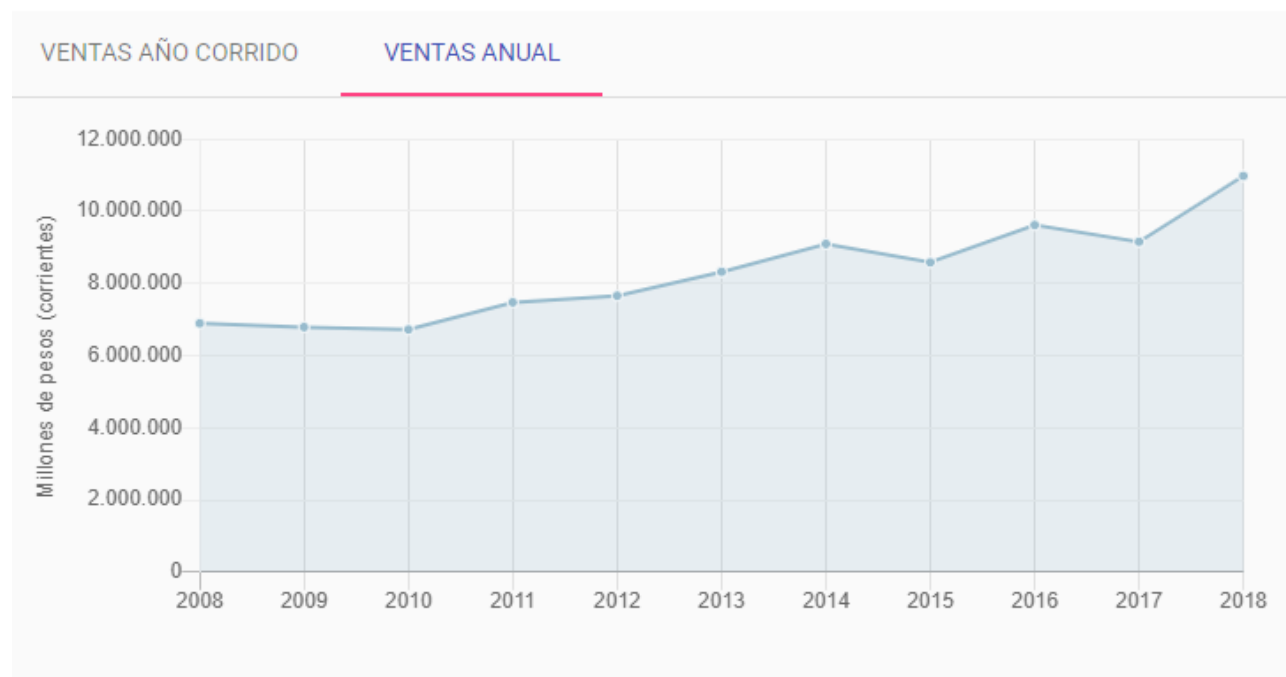
Otras marcas:

- Trueshapers
- Fajas Romanza.
- Fájate
- Fajas Salomé
- Leonisa

Colombia es el país está entre los primeros más fuertes en ventas externas de ropa de control después de China y Estados Unidos con una industria de más de 100 empresas exportadoras, según Trademap. Esto no solo demuestra que este sector está teniendo un desempeño positivo, sino que también demuestra la confianza y aceptación que tiene en mercados internacionales.

2.10 Ventas Anuales

Figura 12. Ventas Anuales sistema moda



Fuente: MARO

En el gráfico se puede observar que las ventas que ha tenido el sistema moda en el transcurso de los años han sido de manera positiva, ya que año a año ha tenido un crecimiento significativo. En el año 2018 cerraron con 10.979.580 millones de pesos entre los subsectores confección de

prendas de vestir, fabricación de tejidos de punto y ganchillo, fabricación de otros artículos textiles y fabricación de artículos de punto y ganchillo.

2.11 Principales productos de comercialización

Figura 13. Productos que se comercializan del sector

Productos x

Subpartida arancelaria	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2018 Ene-Nov	2019 Ene-Nov	2018/2017 Var %	2019/2018 Var % Ene-Nov	TCAC 2018/2010
Pantalones largos, pantalones ...	103.631	88.960	92.614	72.044	56.912	62.395	44.472	50.755	56.726	52.296	46.394	11,8	-11,3	-7,3
Pantalones largos, pantalones ...	57.345	55.580	61.759	56.859	50.556	48.495	46.030	40.918	49.467	43.919	46.006	20,9	4,8	-1,8
Fajas y fajas-braga (fajas bom...	20.254	21.273	27.245	26.823	29.730	35.689	29.438	31.173	40.027	36.127	39.306	28,4	8,8	8,9
Tejidos de punto de anchura su...	47.490	42.322	47.879	47.119	41.777	37.782	31.269	33.436	39.432	36.060	37.630	17,9	4,4	-2,3
Sostenes (corpiños), incluso d...	53.344	56.481	60.835	51.023	48.200	36.115	32.953	34.191	37.201	33.876	32.790	8,8	-3,2	-4,4
"T-shirts" y camisetas interio...	18.689	21.100	19.477	22.401	23.894	23.213	24.420	24.706	22.679	21.067	18.490	-8,2	-12,2	2,5
Bañadores, de punto, de fibra...	13.691	17.929	22.804	23.609	23.752	21.642	20.850	18.961	18.245	16.055	17.553	-3,8	9,3	3,7
Suéteres (jerseys), "pullovers...	15.490	17.840	17.618	24.338	20.657	20.355	17.449	9.118	12.967	11.244	14.714	42,2	30,9	-2,2
Pantalones largos, pantalones ...	5.024	6.078	6.943	7.786	10.257	11.171	11.611	13.887	17.817	16.780	13.951	28,3	-16,9	17,1
Bragas (bombachas, calzones) ...	25.276	24.223	24.198	17.990	17.060	15.862	12.556	14.035	15.980	14.093	13.247	13,9	-6,0	-5,6

Fuente: MARO

En el gráfico se puede observar que los principales productos que son comercializados son Pantalones largos, pantalones con peto y cortos tanto para hombre como para mujer con 56.726.670 millones de dólares. Siguiéndole las fajas y fajas bragas con 40.027.872 millones de dólares.

2.12 Análisis Departamental

2.12.1 Principales Departamentos del Sector Moda

Figura 14. Departamentos que manejan el sector moda

Departamento	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2018 Ene-Dic	2019 Ene-Dic	2019/2018 Var %	2019/2018 Var % Ene- Dic	TCAC 2019/201
Antioquia	401.073	452.760	483.107	405.847	364.212	315.413	266.896	274.471	305.769	299.031	305.769	299.031	-2,2	-2,2	-3,
Bogotá, D.C.	223.687	222.702	244.842	213.647	183.247	162.123	134.371	128.743	151.827	141.157	151.827	141.157	-7,0	-7,0	-5,
Valle del Cauca	68.483	74.886	84.316	101.869	95.098	99.672	86.820	77.527	78.932	84.575	78.932	84.575	7,2	7,2	2,
Cundinamarca	10.100	8.112	10.191	5.842	7.927	7.628	7.673	13.622	9.264	15.021	9.264	15.021	62,2	62,2	4,
Santander	10.709	10.678	10.143	9.264	7.172	5.365	5.841	7.602	8.379	7.816	8.379	7.816	-6,7	-6,7	-3,
Risaralda	14.017	21.125	21.257	20.737	16.310	14.627	10.556	9.575	10.742	7.117	10.742	7.117	-33,8	-33,8	-7,
Atlántico	49.683	4.572	4.404	3.926	4.046	4.217	2.719	2.727	2.414	3.469	2.414	3.469	43,7	43,7	-25,
Caldas	3.668	3.668	4.097	2.438	3.371	2.462	2.034	2.074	1.343	2.042	1.343	2.042	52,0	52,0	-6,
Norte de Santander	15.238	16.359	13.521	2.608	2.636	1.430	3.050	1.701	1.888	1.848	1.888	1.848	-2,1	-2,1	-20,
Bolívar	305	390	1.264	36	193	209	354	3.601	2.364	760	2.364	760	-67,9	-67,9	10,

Cifras en miles de dólares. Fuente: DANE-DIAN. Cálculos: Gerencia de Inteligencia Competitiva - Colombia Productiva. - Última actualización: Febrero de 20

Fuente: MARO

Santander es el cuarto departamento con mayores exportaciones del sector moda, siendo Antioquia el departamento que lidera las exportaciones con 401,073 USD. Santander ha desarrollado sus exportaciones en los subsectores prendas y complementos, pantalones, sostenes, fajas y bañadores. Es necesario que Santander inicie un proceso de internacionalización que genere mayor competitividad con los productos de los otros departamentos tales como Antioquia y Bogotá.

3. Análisis de la Empresa

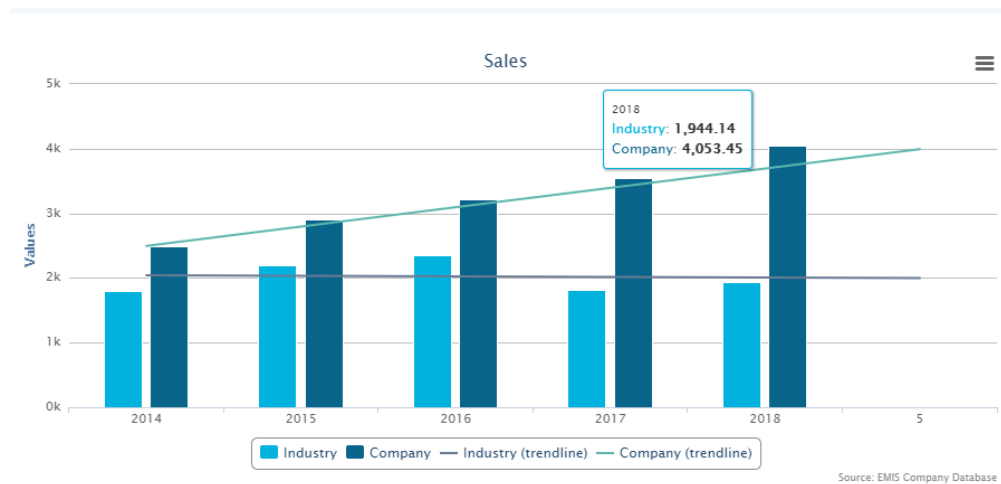
Fajas Body Flex

Indicadores de tamaño

(Ventas, activos, utilidad y patrimonio)

3.1 Ventas Body Flex

Figura 15. Ventas Fajas Body Flex

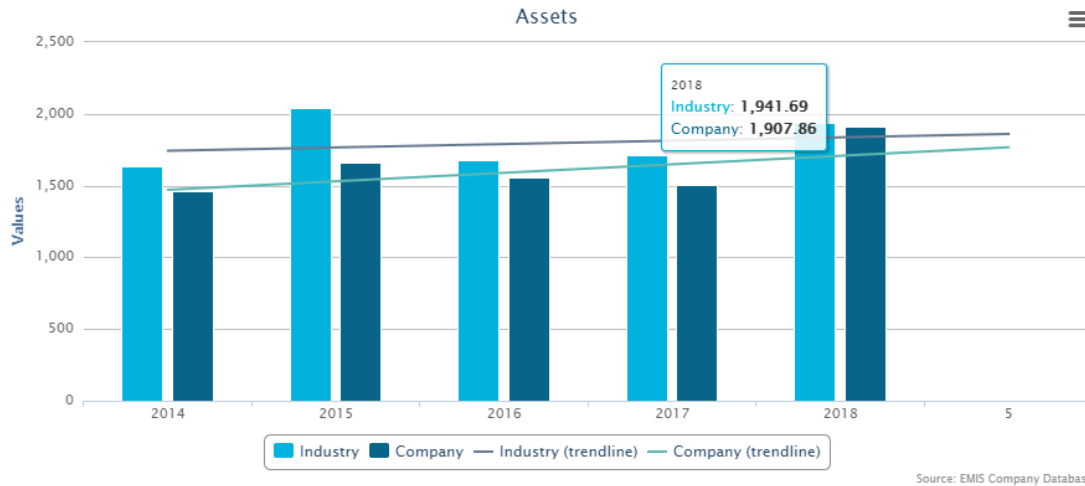


Fuente: EMIS Company Database

Las ventas hasta 2018 fueron de 1944 millones de pesos en promedio las cuales tuvieron un promedio de ventas de los últimos años de 7.49% de manera que en promedio en los últimos años la empresa ha logrado un crecimiento en las ventas. En 2018 las ventas fueron de 4,053 millones de pesos que en comparación con 2017 tuvo un mejor rendimiento ya que las ventas en ese año fueron de 3,547 millones de pesos, teniendo un crecimiento en ventas de 14.28% de 2017 a 2018.

3.2 Activos Body Flex

Figura 16. Activos Fajas Body Flex



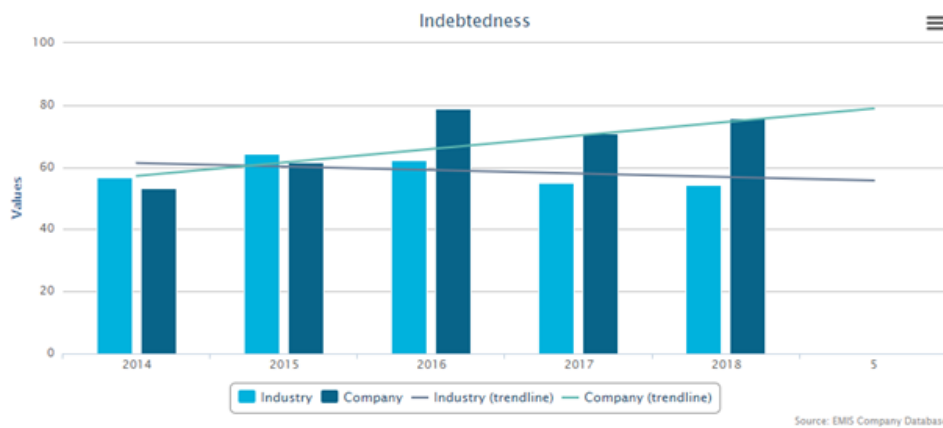
Fuente: EMIS Company Database

Los Activos durante 2018 sumaron 1,907 millones de pesos el cual estuvo por debajo de la media de la industria, sin embargo, ha sido el año en el que la diferencia ha sido la menor, solo de 45 millones de pesos. Además, desde 2015 los activos habían disminuido anualmente hasta 2017, pero en 2018 no solo hubo un incremento si no que supero su punto más alto que fue en 2015.

Indicadores de Endeudamiento

3.3 Pasivos Body Flex 2018

Figura 17. Endeudamiento Fajas Body Flex



Endeudamiento		2018	2018		2017	
		Promedio Industria	Valor	Ranking	Valor	Ranking
Endeudamiento		54.37%	75.64%	842	71.01%	771
Apalancamiento		124.62%	310.43%	857	244.91%	779
Pasivo Total / Ventas		54.30%	35.60%	351	30.13%	300
Pasivo Corriente / Pasivo Total		65.47%	78.31%	408	69.52%	346
Average Endeudamiento Position				615		549

Fuente: EMIS Company Database

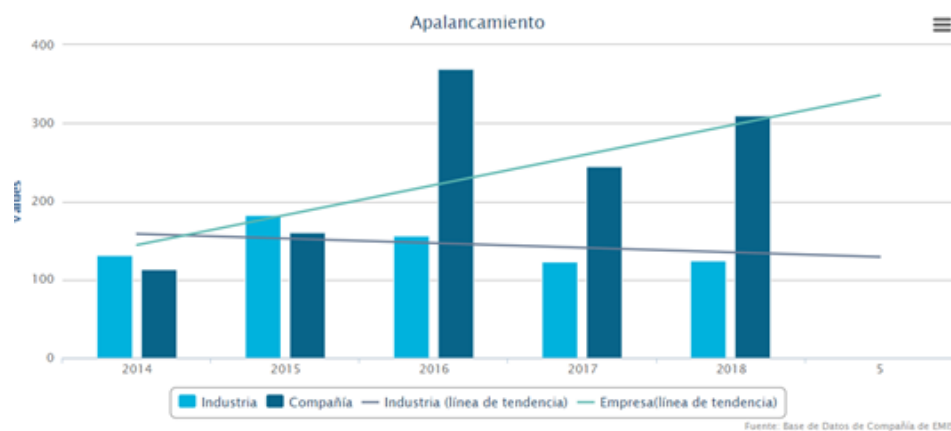
3.4 Razón de Endeudamiento del Activo Total (Pasivo/Activo)

Se puede observar que para el 2018, el 75.64% del activo total es financiado por el pasivo total de la empresa, el resto se realiza por intermedio del patrimonio de la empresa. Es decir, la empresa está financiando un 75.64% de su actividad con recursos ajenos y tan solo un 24.36% con fondos propios.

3.5 Apalancamiento (Ratio del endeudamiento, Pasivo/Patrimonio)

Tiene el objetivo de medir la relación entre las dos formas de financiación de una empresa, sus recursos propios y sus recursos ajenos. Es la forma de saber la posición de endeudamiento sobre la financiación propia, recordando que la financiación ajena siempre es más barata que la propia.

Figura 18. Apalancamiento Fajas Body Flex



Fuente: EMIS Company Database

En este caso, vemos que los pasivos son más altos que el patrimonio o el dinero aportado por los socios. Para el 2017, la deuda de la empresa representaba un 244.91% y para el 2018, se incrementó la deuda quedando en un 310.43%.

Esto quiere decir, que la empresa está ejerciendo su actividad económica con recursos ajenos o de terceros, y para este caso supera el promedio del apalancamiento de la industria por lo que la empresa debería optar por más socios o y bajar la deuda.

3.6 Pasivo Total/Ventas

Se puede apreciar que el total de las ventas para el 2017 de la empresa, el 30,13% está destinado para el pasivo de la compañía y para el 2018, en 35.60%

Para el 2018, esto quiere decir que las ganancias representan un 65% de las utilidades y el otro restante 35% hace parte de las obligaciones de la empresa.

A nivel general la empresa está obteniendo más ventas con menos recursos utilizados por terceros que a comparación del promedio de la industria ya que el 50% hace parte de ventas y el otro 50% de las obligaciones financieras por lo que las ventas son un poco más bajas.

3.7 Pasivo Corriente / Pasivo total

En el 2017, el pasivo corriente representaba un 69,52% del total pasivo y para el 2018, este aumento, representando un 78,31% del total de la deuda o pasivo. Esto quiere decir que la empresa se financia al corto con sus proveedores, bancos entre otros. Por este motivo la empresa maneja el dinero de los terceros a un periodo no mayor de un año, y así, evitar pagar menos intereses.

3.8 Indicadores de rentabilidad

(Utilidad neta/ ventas, Rentabilidad de activos, Utilidad neta/ patrimonio, Utilidad operacional / ventas)

Figura 19. Indicadores de rentabilidad

Rentabilidad	2018	2018		2017	
	Promedio Industria	Valor	Ranking	Valor	Ranking
EBITDA	171	0	5	0	4
Utilidad Neta / Ventas	5.95%	2.39%	725	4.30%	504
Rentabilidad De Activos	5.96%	5.08%	515	10.14%	218
Utilidad Neta / Patrimonio	13.65%	20.85%	341	34.96%	150
Utilidad Operacional / Ventas	5.68%	6.67%	423	7.46%	499
Average Rentabilidad Position			402		275

Fuente: EMIS Company Database

3.9 Margen Neto de Utilidad (Utilidad Neta/ Ventas)

Recordemos la utilidad neta es: utilidad antes de los impuestos – impuestos. El margen neto de utilidad nos permite medir la capacidad de la empresa para generar ganancias a partir de los ingresos operacionales (ventas totales).

Para el 2017, el margen neto de utilidad fue de 4.30% y para el 2018, 2.39% disminuyendo la utilidad y esto puede ser debido a un alza en los impuestos y gastos operacionales elevados. Lo ideal sería que este porcentaje fuera más elevado para obtener más utilidades.

3.10 ROA – Rendimientos sobre los activos (Utilidad Neta/Activo Total)

El ROA es la relación entre el beneficio logrado en un determinado período y los activos totales de la empresa. Se utiliza para medir la eficiencia de los activos totales de la misma independientemente de las fuentes de financiación utilizadas y de la carga fiscal del país en el que la empresa desarrolla su actividad principal.

Por eso, para el 2017, podemos observar una rentabilidad del 10,14% sobre los activos. Este porcentaje es muy bueno ya que, a comparación de las demás empresas, esta empresa me está generando más ganancias. Pero en el 2018, esta rentabilidad bajo y se quedó en un 5.08% incluso, ubicándose en por debajo del promedio de la industria, pero igual generando una rentabilidad en los activos.

3.11 ROE – Rentabilidad sobre el patrimonio neto (Utilidad Neta/ Patrimonio)

La rentabilidad sobre el patrimonio neto es una ratio de eficiencia utilizado para evaluar la capacidad de generar beneficios de una empresa a partir de la inversión realizada por los

accionistas. Así que, podemos observar que la empresa obtuvo una rentabilidad del 34.96% para el 2017, lo cual se hace atractiva para los inversionistas ya que es un rendimiento que en por lo general esperan los socios o inversionistas. Para el 2018, esta rentabilidad bajo y se posiciono en un 20.85% pero igual, sigue siendo atractiva en el mercado ya que esta, sobrepasa el promedio de la industria.

3.12 Margen neto de utilidad (Utilidad Operacional/Ventas)

El Margen Neto nos informa sobre el porcentaje que la compañía es capaz de convertir la venta en beneficios y entre mayor porcentaje sea el margen es mejor. En este caso el promedio de la industria es 5,68%.

En el 2017, el margen neto de la utilidad paso el promedio de la industria con un 7,46% y para el 2018 bajo y se ubicó en un 6,67% manteniéndose por encima de la media.

4. Análisis del Producto

Fajas- Fajas Bragas

4.1 Posición Arancelaria: 62.12.20

Producto:

Las denominadas fajas de tela, tienen una composición aproximada de un 20% de algodón y un 80% de powernet, El powernet es una tecnología de tejido cruzado que permite una mayor frescura y respiro en la piel, gracias a su tejido transpirable. El spandex es un polímero sintético condensado, el cual también conocemos como elastano, cuya mayor característica es su elasticidad y recuperado de su estado inicial cuando se retira la tensión o presión mayor inicial.

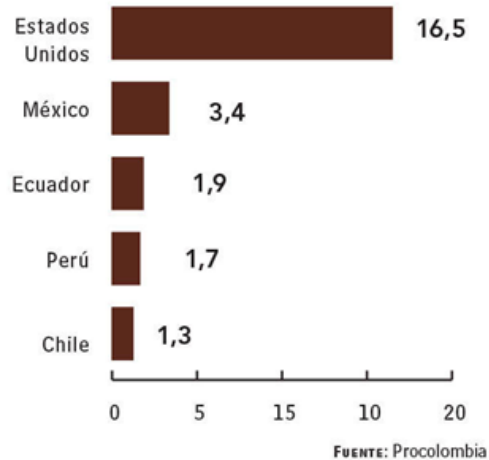
Actualmente la faja se ha vuelto más cómodo, saludable y útil, siendo actualmente una gran época para usar faja, y por eso encontramos dos grados característicos, las denominadas fajas de tela y las de látex

4.2 Comportamiento de las fajas en el mercado internacional

Figura 20. Países que Colombia le exporta fajas

Exportaciones de fajas y prendas de control

Enero- julio de 2018
US\$ millones



Fuente: Procolombia

Observando esta gráfica Estados Unidos es el país con mayor demanda, con más del 50% de estas compras, después siguiendo los países de México y Ecuador, de acuerdo con el análisis realizado por Procolombia. Con un total de 39 destinos y un total de 107 empresas comercializan sus productos en otros mercados por valores iguales o superiores a US\$10.000. En este caso para ninguno de los países analizados se encuentra algún tipo de impuesto hacia el producto.

4.3 Arancel aduanero de los mercados de interés

Tabla 1. Aranceles que se manejan en mercados de interés

País	Arancel General	Arancel para Colombia
Estados Unidos	20%	0%
México	20%	0%
Ecuador	10% + Dólares 5.5/Kilogramo neto o liq	0%

Fuente: Macmap.org 2019

Requerimientos de la faja para ingresar a los mercados de interés

Comprenden la 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, entre otros, por La Textile Fiber Products Identification Act según la cual todos los productos textiles

exportados hacia EE.UU. deben cumplir con requerimientos de etiquetado, estampado y contenido. También se puede consultar la Office of Textile and Apparel (OTEXA - www.otexa.ita.doc.gov) que muestra la información sobre las restricciones de los productos textiles.

4.4 Certificaciones de calidad

1. Las certificaciones de calidad son de valor agregado para el mercado para el cliente - distribuidor, más no un requisito que restrinja la entrada de los productos al mercado
2. Nota: Son prendas que incluyen valores agregados como bandas para la corrección de postura, bandas abdominales y demás.

4.4 Clasificación del Producto

Tabla 8 Detalles del Producto (Posición arancelaria, Descripción del producto)

Tabla 2. Producto

NOMBRE DEL PRODUCTO SELECCIONADO	POSICION ARANCELARIA	DESCRIPCION DEL PRODUCTO
FAJAS- FAJAS BRAGA	62.12.20	Fajas y fajas-braga, incluso las de punto. -Características físicas del producto: Tienen una composición aproximada de un 20% de algodón y un 80% de powernet, El powernet es una tecnología de tejido cruzado que permite una mayor frescura y respiro en la piel, gracias a su tejido transpirable. El spandex es un polímero sintético condensado, el cual también

		<p>conocemos como elastano, cuya mayor característica es su elasticidad y recuperado de su estado inicial cuando se retira la tensión o presión mayor inicial.</p> <p>-Listado de Competidores en Colombia:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Forma tu cuerpo.1. Bogotana Fajas Lady.1. Trueshapers.2. Fajas Romanza.3. Fájate.4. Fajas Salomé.5. Leonisa. <p>-Qué tiene de innovador el producto:</p> <p>Esta prenda permite controlar nuestra la silueta de la mujer disimulando aquellas partes menos favorecedoras, y por el contrario destacando los puntos fuertes. Existen una amplia variedad de fajas adelgazantes de efecto invisible, cada una de ellas se centra en determinadas partes del cuerpo. Por ejemplo, podemos encontrar fajas idóneas para reducir centímetros en caderas y</p>
--	--	---

		<p>glúteos, así como otras centradas en la zona del abdomen y la cintura. De innovador tienen la tecnología de powernet que es la que permite dar frescura al cuerpo y control de la piel y abdomen.</p> <p>-Países en los cuales tiene presencia internacional el producto seleccionado:</p> <p>Las consumidoras estadounidenses, mexicanas y ecuatorianas se han convertido en las principales compradoras de las fajas y prendas de control colombianas. Según fuente de noticias Dinero.com.</p>
--	--	---

Fuente: Elaboración propia

5. SELECCIÓN DEL MERCADO

5.1 Matriz de selección de país

Tabla 3. Matriz de selección de país

	VARIABLE	USA	P	C	R	España	P	C	R	Peru	P	C	R
ECONOMY	PIB \$US 2018	20,544 Billion	2,00%	3	0,06	1,419 Billion	2,00%	2	0,04	222,045 Mil millones	2,00%	1	0,02
	PIB per capita	62.794	4,00%	3	0,12	30.370	4,00%	2	0,08	6.941	4,00%	1	0,04
	Ranking Doing Business	8	4,00%	3	0,12	30	4,00%	2	0,08	68	4,00%	1	0,04
	Inflación	1,81%	3,00%	2	0,06	0,70%	3,00%	1	0,03	2,14%	3,00%	3	0,09
	IVA	7%	4,00%	3	0,12	21%	4,00%	2	0,08	18%	4,00%	1	0,04
	Riesgo de no pago	AAA	3,00%	3	0,09	BBB+	3,00%	2	0,06	BBB+	3,00%	2	0,06
INTERNATIONAL TRADE	Arancel	20,00%	5,00%	1	0,05	6,50%	5,00%	2	0,1	11,00%	5,00%	3	0,15
	Importaciones (Miles de USD)	2,82 Billion	3,00%	3	0,09	290 million	3,00%	2	0,06	36,8 million	3,00%	1	0,03
	Crecimiento de las importaciones %	2,90%	4,00%	3	0,12	5,83%	4,00%	2	0,08	-2,90%	4,00%	2	0,08
	Principal proveedor	China	2,00%	3	0,06	China	2,00%	3	0,06	China	2,00%	3	0,06
	Importaciones del país de fajas de Colombia	29,2 million	6,00%	3	0,18	1,58 million	6,00%	1	0,06	11,9 million	6,00%	2	0,12
	Crecimiento de las exportaciones colombianas %	-2,00%	5,00%	2	0,1	-5,38%	5,00%	1	0,05	-0,83%	5,00%	3	0,15
LOGISTIC	Comercio transfronterizo	36/190	3,00%	2	0,06	1/190	3,00%	3	0,09	110/190	3,00%	1	0,03
	Frecuencias marítimas por semana (directo)	81	3,00%	3	0,09	10	3,00%	1	0,03	12	3,00%	2	0,06
	Frecuencias aéreas por semana (directo)	64	3,00%	3	0,09	37	3,00%	2	0,06	27	3,00%	1	0,03
	Días en tránsito marítimo	10	4,00%	2	0,08	18	4,00%	1	0,04	5	4,00%	3	0,12
	Puertos de ruta directa aéreo	14	3,00%	3	0,09	2	3,00%	2	0,06	2	3,00%	2	0,06
	Puertos de ruta directa marítimo	12	3,00%	3	0,09	1	3,00%	1	0,03	3	3,00%	2	0,06
	Costo documental para exportar (USD)	60	5,00%	1	0,05	0	5,00%	3	0,15	50	5,00%	2	0,1
	Tiempo documental para exportar (Horas)	1,5	5,00%	2	0,1	1	5,00%	3	0,15	48	5,00%	1	0,05
INNOVATION	Ranking Innovacion	3/129	3,00%	3	0,09	29/129	3,00%	2	0,06	69/129	3,00%	1	0,03
COMPETITION	Número Países exportadores	103	4,00%	3	0,12	28	4,00%	2	0,08	12	4,00%	1	0,04
	Número Empresas importadoras	13	4,00%	2	0,08	24	4,00%	3	0,12	9	4,00%	1	0,04
LEGAL FACTORS	Restricciones técnicas	17 requerimientos	5,00%	1	0,05	6 requerimientos	5,00%	3	0,15	11 requerimientos	5,00%	2	0,1
CULTURAL FACTORS	Tasa de Obesidad	40%	5,00%	3	0,15	19,50%	5,00%	1	0,05	35,50%	5,00%	2	0,1
	Tasa de cirugías estéticas	18,4%	5,00%	3	0,15	12,20%	5,00%	1	0,05	14%	5,00%	2	0,1
			100,00%		2,46		100,00%		1,9		100,00%		1,8

Fuente: Elaboración propia

Se realizó la anterior matriz de selección de país con el fin de definir el destino más competente y apto para la comercialización de fajas de la empresa colombiana Body Flex. En este caso identificamos 3 posibles mercados objetivos: Estados Unidos, España y Perú, los cuales son países que el producto tiene una alta demanda de este producto y son países diferentes los cuales es necesario el análisis de sus características particulares. El país que obtuvo mayor puntaje en la matriz fue Estados Unidos, seguido por España, y el que obtuvo menor puntaje fue Perú. Las áreas analizadas en la matriz fueron las siguientes:

La primera área analizada fue la económica, donde se analizaron algunos indicadores económicos tales como el PIB, PIB per cápita, inflación, entre otros; donde Estados Unidos era el líder en estos aspectos teniendo en cuenta que es potencia mundial y que es el principal socio comercial de la mayoría de los países en el mundo. Sin embargo, el GDP per cápita de España

sigue siendo bastante alto a diferencia del de Perú mostrando que tanto Estados Unidos como España tienen un alto poder adquisitivo por ciudadano lo cual es importante para el tipo de producto que Body Flex ofrece. Uno de los criterios más importantes de esta área es la posición del país en el ranking del Doing Business Report, el cual Estados Unidos fue el país con mejor posición en el ranking ocupando el octavo puesto, mientras que España ocupa el puesto 30 y Perú el puesto 68. Este aspecto es muy relevante debido a que nos muestra cual es el país donde tiene las mejores condiciones para hacer negocios incluyendo aspectos administrativos, logísticos, tecnológicos, etc. Otro importante factor a tener en cuenta es el riesgo de pago el cual muestra que tan seguro es la probabilidad de impago, es decir, la posibilidad de incurrir en una pérdida si la contrapartida de una transacción no cumple plenamente las obligaciones financieras, acordadas por contrato, a su debido tiempo. En este caso todos los países tienen alta calificación lo cual es bastante bueno, pero es Estados Unidos el país con mejor calificación. En el caso del arancel para el producto España es el país con el arancel más bajo de los 3 países y Estados Unidos es el que tiene el mayor arancel.

La segunda área analizada es el comercio internacional donde se analizaron aspectos como las importaciones y exportaciones del producto en los países seleccionados y su crecimiento. España fue el país que tuvo el mayor crecimiento en las importaciones de fajas, seguido por Estados Unidos, mientras que en el caso de Perú hubo un decrecimiento en las importaciones de fajas. El factor más importante en este caso fue las importaciones de fajas de estos países provenientes de Colombia en el cual Estados Unidos fue el país que más importó fajas teniendo sus importaciones un valor de 29.2 millones USD, seguido por Perú y finalmente España fue el país que menos importó fajas desde Colombia. Se identificó también que algo común que tenían los 3 países es que su principal proveedor de fajas es China. Otro aspecto importante es que durante 2017 las exportaciones de fajas de Colombia a los tres países decrecieron en comparación a su año anterior. Sin embargo, los 3 mercados son de alta atracción para la faja colombiana, siendo Estados Unidos el más grande pero también el más competitivo.

La tercera área analizada es la logística, en la cual se analizó los diferentes aspectos que giran en torno a la distribución física internacional de las fajas desde Colombia a cada uno de los respectivos países de la matriz. El factor más importante en este caso fue los días de tránsito que dura en el producto en su tránsito internacional donde Perú es el país más cercano y el cual es

más rápido llegar teniendo un tiempo de tránsito marítimo de 5 días, seguido por Estados Unidos con un tiempo de tránsito de 10 días y finalmente España con un tiempo de tránsito de 18 días. El país con mayor número de frecuencias tanto de buques como de vuelos fue Estados Unidos el cual tiene una frecuencia de 81 buques, lo cual es un factor muy importante debido a que si llega haber un inconveniente durante la estancia del producto en el puerto y el buque no lo espera, no será mucho el tiempo de espera debido al alto tránsito de buques que se dirigen hacia Estados Unidos. Perú tiene una frecuencia de 12 buques y España tiene una frecuencia de 10 buques lo cual muestra una diferencia bastante alta entre Estados Unidos y los otros dos países en este aspecto. En el caso de los documentos, en España no hay costo por esto, sin embargo, en Perú tiene un costo de 50 USD y en Estados Unidos 60 USD. El tiempo documental es muy bajo en los 3 países lo cual es un punto a favor de todos.

La cuarta área fue la innovación, donde se evaluó el nivel de innovación de los países de la matriz a partir de su respectivo puesto en el Ranking de Innovación del Doing Business Report 2019, en el cual el país con mayor innovación es Estados Unidos ocupando el tercer puesto, seguido por España que ocupa el puesto 29 y Perú el puesto 69. En este caso el hecho de que un país tenga un alto nivel de innovación y una buena industria puede ser beneficioso para la evolución del producto en un futuro al adentrarse en el mercado de ese país y puede también generar que el producto se vuelva más competitivo.

La quinta área analizada fue los aspectos legales de los países, donde no se encontraron muchas barreras para este producto además de las restricciones técnicas, donde Estados Unidos es el país con mayores requisitos para el producto mientras que España es el país con menos requisitos técnicos.

Finalmente, la sexta área analizada fueron los factores culturales los cuales en este caso son importantes para saber la viabilidad del producto que se quiere exportar, en donde se analizó primero la tasa de obesidad donde Estados Unidos es el país con mayor número de personas que sufren de obesidad siendo un 40% de la población, seguido por Perú con un 35,5% de la población y finalmente España con 19,5% de la población. El segundo factor es la tasa de cirugías estéticas en la cual el 18,4% de la población estadounidense se realiza cirugías estéticas siendo el país con la mayor tasa de los analizados en la matriz, mientras que Perú tiene una tasa del 14% y España una tasa del 12,2%. Estos dos factores son relevantes porque nos muestran dos

poblaciones que tienen una alta tasa en los países analizados y de esas poblaciones están los posibles consumidores del producto fajas de la empresa Body Flex.

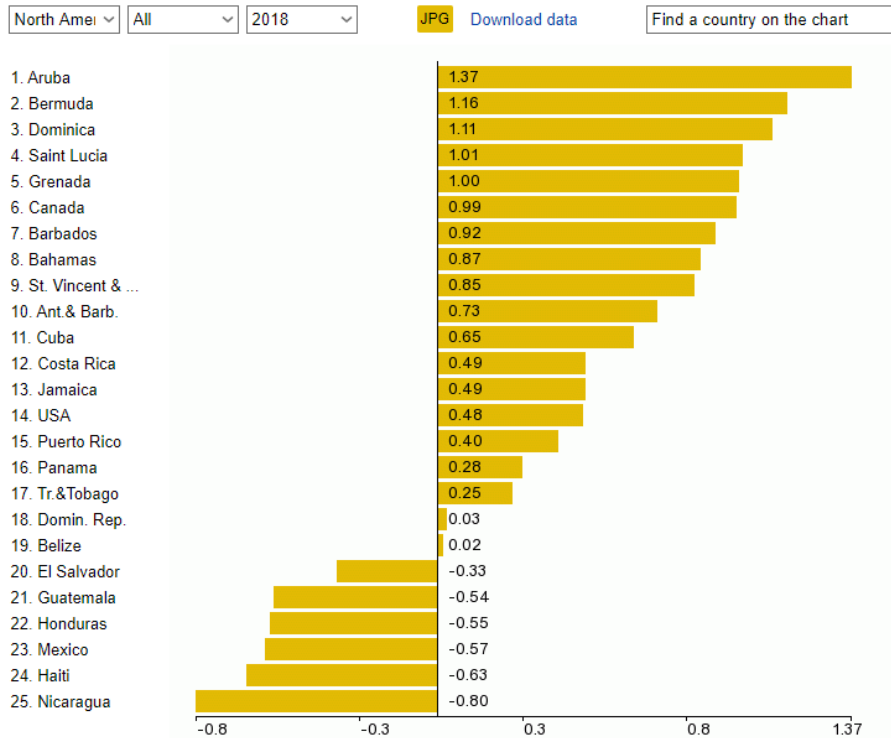
5.2 Investigación de Mercado Estados Unidos

Factores incontrolables – Factores Ambientales:

- Factores político-legales

El promedio para 2018 basado en 25 países fue de 0.39 puntos; el valor más alto estaba en Aruba: 1.37 puntos y el valor más bajo estaba en Nicaragua: -0.8 puntos. El indicador está disponible desde 1996 hasta 2018.

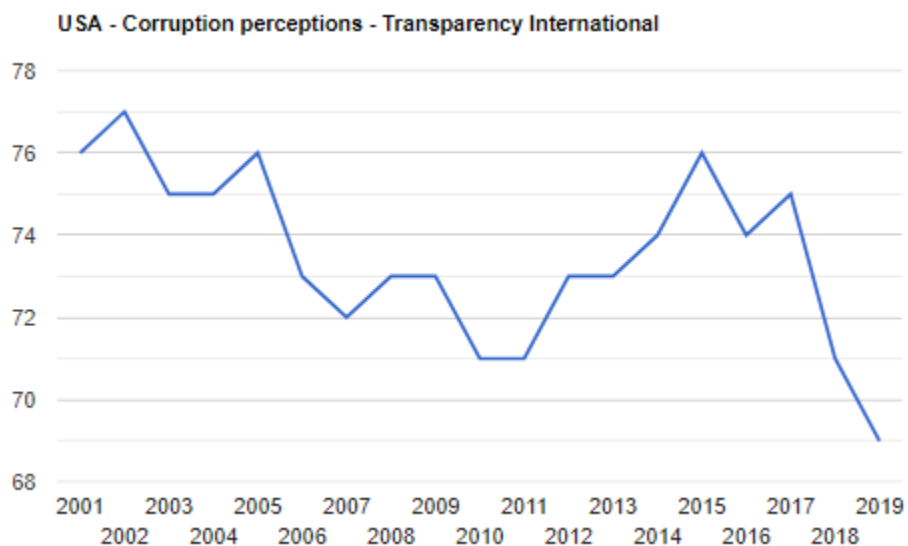
Figura 21. Estabilidad política USA



Fuente: The Global Economy 2018

Este indicador muestra la estabilidad política en una región en este caso Norte América, donde Estados Unidos está en el puesto 14 con un indicador positivo, lo cual significa que el país mantiene una leve estabilidad económica la cual es beneficiada mediante su sistema de gobierno federal que le permite facilitar la toma de decisiones por necesidades en cada Estado.

Figura 22. Indicador Corrupción



Fuente: The Global Economy

Según el reporte de corrupción, Estados Unidos es un país donde en los últimos años debido a diferentes sucesos políticos como las últimas elecciones presidenciales, se ha disminuido su puntaje de transparencia debido al incremento de corrupción en el país, sin embargo, sigue estando por encima de la media mundial y sigue teniendo uno de los sistemas políticos más estables y mejor balanceados y regulados.

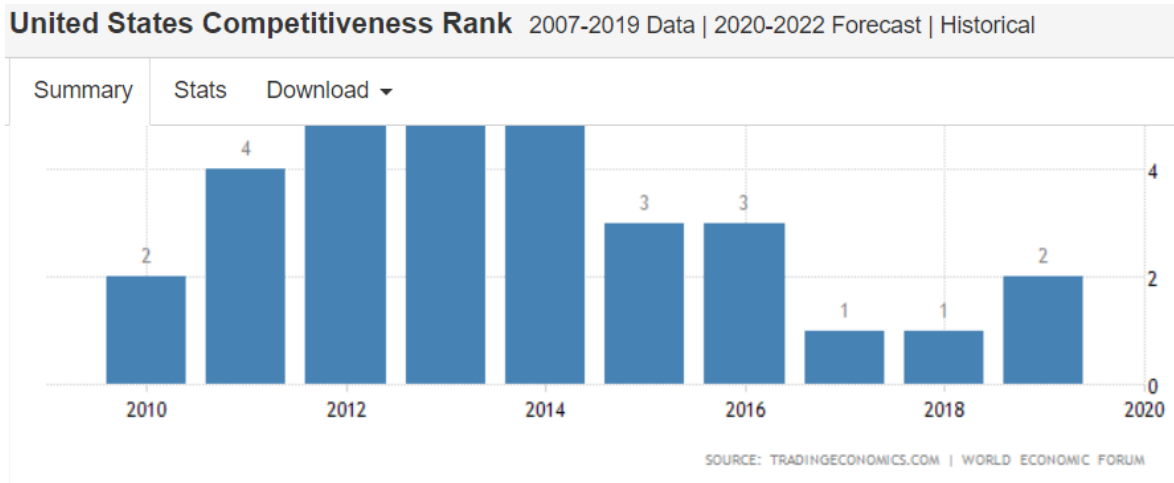
- **Clima económico – condiciones económicas**

Estados Unidos en 2017 tuvo un crecimiento real en PIB de 2,2% El producto interno bruto del país está compuesto por 0,9% agricultura, 19,1% industria y 80% servicios, donde sus principales productos agrícolas son maíz, otros granos, frutas, vegetales, algodón, carne bovina, carne porcina, productos forestales. Sus principales productos industriales son: petróleo, acero, vehículos automotores, aeroespacial, telecomunicaciones, productos químicos, electrónica, procesamiento de alimentos, bienes de consumo, madera, minería, entre otros. Estados Unidos se ubica en el octavo puesto del Doing Bussines Report el cual lo hace el líder económico de la región, incluyendo norte, centro y sur América. En cuanto al Índice de Desarrollo Humano o IDH, que elabora las Naciones Unidas para medir el progreso de un país y que en definitiva nos

muestra el nivel de vida de sus habitantes, indica que los estadounidenses se encuentran entre los que mejor calidad de vida tiene.

- **Factores y estructura competitiva**

Figura 23. Factores y estructura competitiva



Actual	Previous	Highest	Lowest	Dates	Unit	Frequency
2.00	1.00	7.00	1.00	2007 - 2019		Yearly

Fuente: Trading Economics

Estados Unidos es la 2 nación más competitiva en el mundo de 140 países que son analizados y clasificados en el reporte global de competitividad 2018 publicado por el Foro Económico Mundial. El país tiene un alto grado de competitividad siendo el principal socio comercial de la mayoría de lo Estados en el mundo además de junto a China tener los más altos niveles de crecimiento y desarrollo teniendo grandes clústeres mundiales como lo es Sillicon Valley donde promueven la creación de industria y innovación. Estados Unidos al ser uno de los países más poblados dl mundo también es uno de los países con mayores tiendas y negocios en el mundo que le ha permitido tener un lato puntaje en índices de capacidad de utilización. Finalmente, Estados Unidos es un fuerte aliado comercial cuyo mercado tiene un alto nivel de competitividad, sin embargo, también un alto mercado con una alta demanda que beneficia a los exportadores.

Factores incontrolables – Ambiente Internacional

- Fuerzas políticas-legales

Los Estados Unidos de América es un país que se rige como una república federal constitucional, su capital es Washington DC, el país está compuesto por 50 estados y 1 distrito. El gobierno tiene un sistema legal basado en el sistema Inglés a nivel federal. Tiene una rama legislativa, ejecutiva y judicial. El jefe de estado y cabeza de gobierno es el presidente Donald J. Trump. En el reporte Global de World Justice Project 2018-2019 Estados Unidos quedó en el puesto 20 del ranking con una calificación de 0.71 lo cual quiere decir que tiene un sistema de justicia estable y fuerte donde hay una equidad en el poder, no hay altos niveles de corrupción en los organismos estatales y se busca luchar por los derechos de los ciudadanos. La ITA (International Trade Administration) junto con el Departamento de Comercio son las entidades que se encargan de emitir las leyes y regular el comercio de los Estados Unidos con el resto del mundo.

- Estructura de distribución

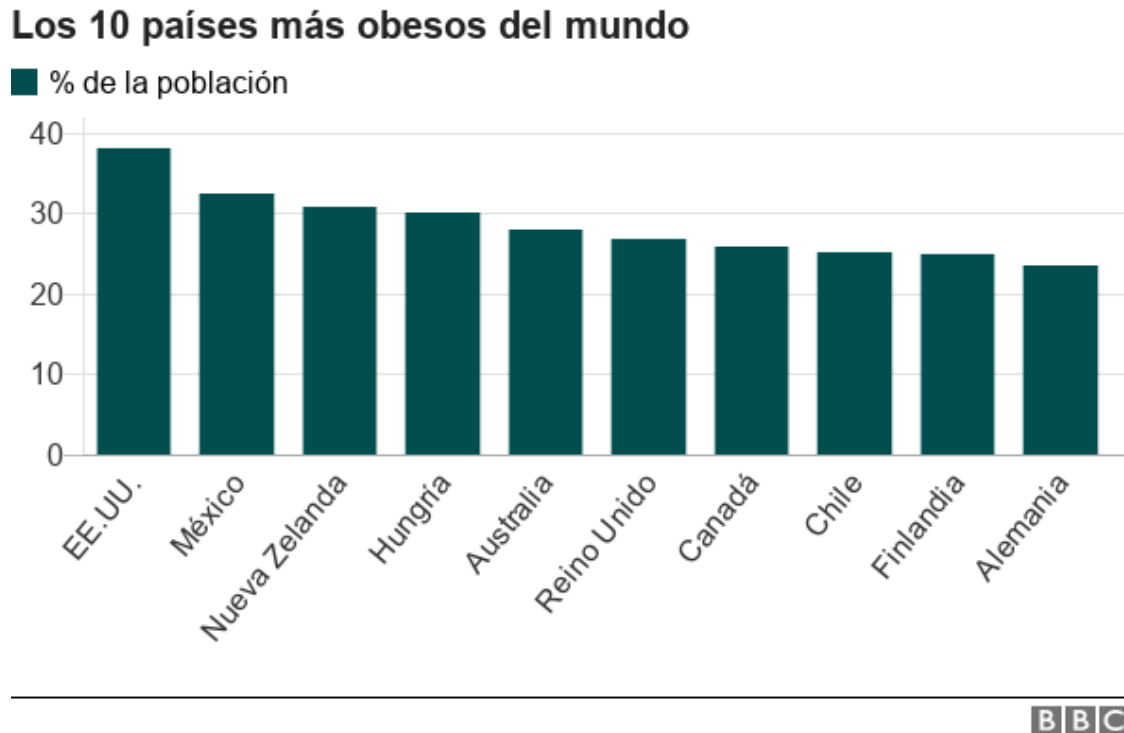
En los Estados Unidos hay una alta infraestructura de distribución tanto aérea, como marítima y multimodal. Tiene un total de 12,048 km de frontera con Canadá y México. Su línea costera es de 12,924 km. El país tiene registrado 92 aerolíneas con una operación de 6,817 (2015) aviones operando. Posee 12,513 aeropuertos de los cuales 5,054 son pavimentados (2013). También posee 5,287 helipuertos. 6,586,610 km (2012) son de vías automovilísticas, 293,564 km (2014) son de sistema férreo y tienen 3,673 buques los cuales 5 son a granel, 60 para contenedores, 104 carga general, 68 tanques de aceite, entre otros. Los principales puertos petroleros son el terminal LOOP y el terminal Haymark. Los principales puertos para contenedores son Charleston, Hampton Roads, Houston, Long Beach, Los Ángeles, New York/New Jersey, Oakland, Savannah y Seattle/Tacoma.

- Fuerza Cultural

Estados Unidos tiene una población de 332,639,102 (2020) siendo así el tercer país con mayor población donde esta dividido de la siguiente manera en grupos étnicos: 72,4% blancos, 12,6% afroamericanos, 4,8% Asiáticos, 0,9% amerindios, y otros pequeños grupos étnicos. La religión está distribuida de la siguiente manera: 46,5% protestantes, 20,8% católicos romanos, 1,9%

Judíos, 1.6% mormones, 0,9% otros Cristianismos, 0,9% musulmanes, entre otras religiones. La mano de obra está concentrada entre los 25 y 54 años representando el 28,93% de la población.

Figura 24. Principales países más obesos del mundo



Fuente: BBC

700 millones de personas (entre ellas 100 millones de niños) son obesas. 40% de todos los norteamericanos (130,9 millones de 327). Según cifras de Raddar, el mercado de este tipo de ropa en el país pasó de 67.500 millones de pesos en ventas en 2009 a 95.000 en 2016, pasando de 660.000 prendas a 826.000. Esto muestra la gran demanda que existe frente a este producto debido a que no solo cumple un deseo si no una necesidad que ha surgido debido a los altos índices de obesidad en grandes países como Estados Unidos acompañado de otras funciones o otros niches también interesados en el producto como lo son las personas que hacen deporte quienes también son una potencial demanda del producto.

- Geografía

Estados Unidos es un país del continente Norteamericano el cual posee costas junto al Océano Pacífico y Atlántico. Tiene un área total de 9,833,517 km cuadrados lo que lo hace el cuarto país más grande del mundo. 44,5% de la tierra se utiliza en agricultura de la cual 16,8% es tierra

arable; 33,3% son bosques y las ciudades hacen parte del 22%. Existe actualmente problemáticas medio ambientales como la contaminación del aire debido a la alta emisión de dióxido de carbono proveniente de la quema de combustibles fósiles; contaminación del agua por escorrentía de pesticidas y fertilizantes; los limitados recursos naturales de agua dulce en gran parte de la parte occidental del país requieren un manejo cuidadoso; deforestación; minería; entre otros.

- Fuerza Competitiva

Para Analizar la competencia Internacional, identificamos los factores como: El país, Cantidad importada, Valor unitario del producto, Participación de las importaciones para Estados Unidos de América y Crecimiento de las cantidades importadas entre 2014-2018. Ya teniendo estos datos se clasificaron de mayor a menor ya que no permite analizar cuál es el primer competidor fuerte y cuál es el menos, pero aun así nos interesa saber.

Figura 25. Principales competidos Internacionales de Colombia en Fajas

5 principales competidos Internacionales de Colombia					
	País	Cantidad Importada	Valor Unit (Usd / Unidad)	Participación de las importaciones para Estados Unidos de América (%)	Crecimiento de las cantidades importadas entre 2014-2018
1	China	859 T	24.704	19,30%	3%
2	Nicaragua	489 T	41.746	18,60%	-3%
3	El Salvador	411 T	46.273	17,30%	10%
4	Honduras	175 T	38.617	6,20%	5%
5	Tailandia	169 T	32.432	5%	11%
<hr/>					
	Colombia	419	52.017	19,80%	19%

Fuente: Elaboración propia en base a la información suministrada por Trade Map 2019

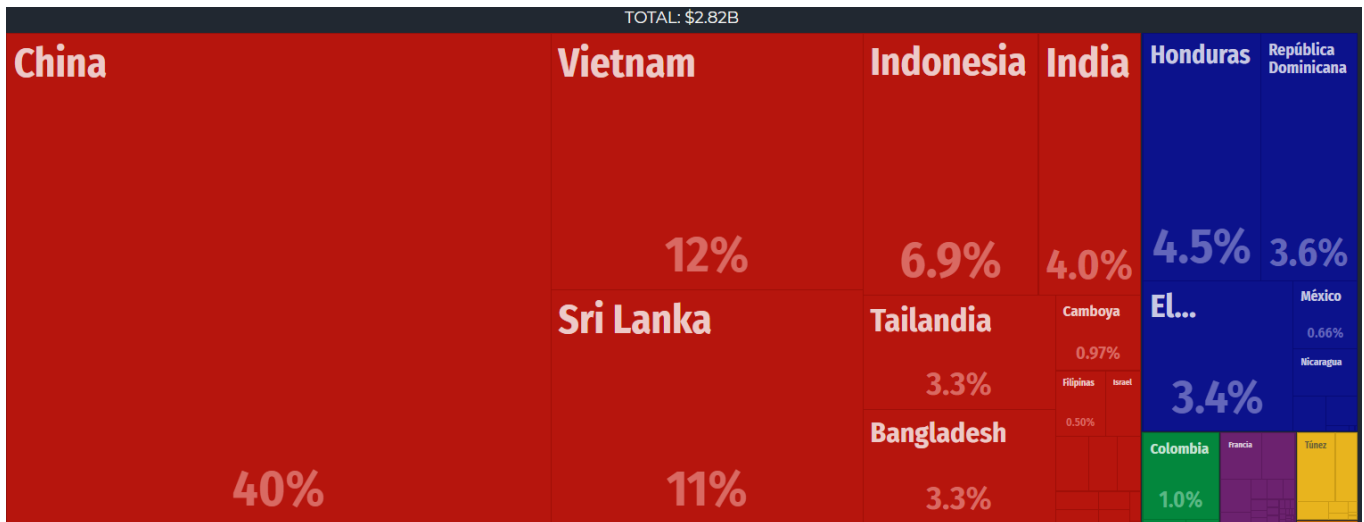
En este caso, podemos observar que el primer competidor con estos mismos productos es China. Este país tiene una mayor participación en cuanto a las cantidades a un precio más económico que a comparación de Colombia y los demás países, pero su crecimiento de exportaciones ha sido muy pequeño que los demás países.

El segundo competidor (Nicaragua) también es fuerte en exportación de este producto en cuanto sus cantidades y precios, pero, su crecimiento ha sido negativo ubicándolo en un -3% por

lo que les ha beneficiado a los países centrales de América como El Salvador y Honduras a exportar más y crecer su porcentaje de participación de este producto en los Estados Unidos.

Por último, analizamos el país de Tailandia que encabeza como el 5 competidor internacional de Colombia, en el cual ha tenido un crecimiento en sus exportaciones (11%), a este país y también a un precio competitivo en el mercado. Cabe recordar que este país proviene del continente Asiático lo cual hace más caro su transporte internacional y su logística. A diferencia de china este país importa menores cantidades y su participación de las exportaciones de este producto hacia Estados Unidos representa un 5%.

Figura 26. Importaciones de Fajas de Estados Unidos



Fuente: The observatory of Economic complexity 2017

- Fuerza Económica

Estados Unidos tiene la economía tecnológicamente más poderosa del mundo, con un PIB per cápita de \$ 59,500. Las empresas estadounidenses están a la vanguardia de los avances tecnológicos, especialmente en computadoras, productos farmacéuticos y equipos médicos, aeroespaciales y militares; Sin embargo, su ventaja se ha reducido desde el final de la Segunda Guerra Mundial. Sobre la base de una comparación del PIB medido a las tasas de conversión de paridad del poder adquisitivo, la economía de EE. UU. En 2014, que se mantuvo como la más grande del mundo durante más de un siglo, se colocó en el segundo

lugar detrás de China, que ha triplicado la tasa de crecimiento de EE. UU. por cada año de las últimas cuatro décadas.

Estados Unidos importó \$2.82 billones USD en 2017 del arancel 621220, el cual incluye las fajas, donde su principal socio comercial fue China abarcando el 40% de las importaciones, seguido por Vietnam, Sri Lanka, Indonesia, Honduras, entre otros. Sin embargo, su principal socio comercial de Sur América es Colombia el cual abarca el 1% de sus importaciones de este producto lo cual es un aspecto muy positivo para el país y es una oportunidad de mercado para las empresas Colombianas.

TLC COLOMBIA/USA:

-Ropa de control:

Las fajas y ropa de control, es una industria colombiana con reconocimiento internacional. Son prendas que incluyen valores agregados como bandas para la corrección de postura, bandas abdominales para elevar la temperatura corporal o textiles con propiedades especiales. Existe variedad de diseños adaptados a las necesidades del cliente, ya sea para moldear caderas, abdomen, cintura, piernas, glúteos o busto, con productos como bodys, camisetas, pantys, brasieres, ciclistas, entre otros. La oferta cuenta con la utilización de materiales suaves y diversidad de insumos. Utilización de materiales como algas marinas o cafeína para adelgazar, inclusive leche y avena para nutrir la piel, por ejemplo.

-Tendencias del sector

- La ropa de control se ha popularizado en Estados Unidos debido al interés que tienen las mujeres por estar o verse delgadas. La población norteamericana ha aumentado su peso en los últimos años, por lo que se requieren tallas más grandes de este tipo de productos.
- De acuerdo con INVISTA, alrededor del 93% de las mujeres estadounidenses confesó que les interesaría adquirir prendas interiores que les ayudaran con el delineado y el control de su cuerpo. Los productores de ropa de control han empezado a incluir elementos de diseño a sus productos pues los consumidores están buscando elementos funcionales, pero a la vez femeninos, y en general las marcas de ropa interior han empezado a incluir elementos de control dentro de su portafolio.
- La innovación en los materiales es un valor agregado que permite la diferenciación de los productos, además de un diseño adecuado y apropiado de acuerdo a cada tipo de prenda.

Aunque las cinturillas son las prendas más populares, otros tipos de productos como los enterizos y los chalecos son altamente demandados.

-Aranceles

A partir de la entrada en vigor del TLC con Estados Unidos estos productos pagarán un arancel del 0%.

5.3 MARKETING MIX

5.3.1 Producto

-Características físicas del producto

- Las denominadas fajas de tela, tienen una composición aproximada de un 20% de algodón y un 80% de powernet, El powernet es una tecnología de tejido cruzado que permite una mayor frescura y respiro en la piel, gracias a su tejido transpirable. Este es un tejido el cual es el resultado de la combinación de una mezcla patentada entre el nylon y el spandex. El spandex es un polímero sintético condensado, el cual también conocemos como elastano, que ha evolucionado a partir de la base de la fibra de lycra, cuya mayor característica es su elasticidad y recuperado de su estado inicial cuando se retira la tensión o presión mayor inicial.
- El producto con mayor demanda es la faja completa (hasta la rodilla) con tirantes gruesos y sin Brasier incluido, este producto es más conocido como post quirúrgica. Por otra parte, se ofrecen en el mercado fajas cinturilla, body suits short, chaleco, entre otras.
- Actualmente la faja se ha vuelto más cómodo, saludable y útil, siendo actualmente una gran época para usar faja, y por eso encontramos dos grados característicos, las denominadas fajas de tela y las de látex.

Beneficios de las fajas reductoras

Como explicábamos en el párrafo anterior, una faja no solo sirve para reducir contorno sino que puede ayudarte a moldear tu cuerpo. Entre sus más conocidos beneficios destacas los siguientes:

- Proporcionar resultados inmediatos y visibles.
- Adelgazar

- Conseguir apoyo y soporte.
- No se ven bajo la ropa.
- Aumentan la autoestima: sensación de estar más delgado, más firme y más joven.

(Fajas)

-Presentación:

Figura 27. Presentación producto



Fuente: Fajas Body Flex

Tabla 4. Descripción Arancelaria producto

P.A.	Descripción	Unidad Física
62.12.20	Fajas y fajas-braga, incluso las de punto	Unidades de artículos

Fuente: Elaboración propia teniendo en cuenta la información suministrada por la Dian

-Principales competidores en el mercado de destino

Según el portafolio y de acuerdo con cifras de Procolombia, de enero a mayo de 2018, Colombia exportó el valor de US\$11,2 millones a la nación norteamericana en prendas de faja y Estados Unidos sería el mayor comprador de textiles colombianos, al haber adquirido el 44,2% de estos

artículos en el mismo periodo de tiempo.

“Colombia se ha convertido en líder de este mercado, porque ofrece productos de calidad y tecnología. Además, la fortaleza del sector de la cirugía plástica ha abierto la posibilidad de que esta industria crezca tanto adentro como afuera del país”, concluyó Rubio.

Teniendo esto como referencia, es evidente que la mayoría de nuestros fuertes competidores son empresas colombianas, entre ellas:

-Forma tu cuerpo:

Figura 28. Forma Tu cuerpo competencia nacional



Fuente: Forma tu cuerpo

Esta empresa vende sus productos en más de 15 países, que incluyen México, Costa Rica, República Dominicana, Estados Unidos y Austria, entre otros. 11 años, esta empresa pasó de ser una pequeña unidad productiva con menos de 10 empleados, a una multinacional con más de 100 trabajadores y con operaciones propias en tres países. En 2008 abrió dos tiendas en Houston, Estados Unidos, dos en México, además de las que tiene en Bogotá.

-Bogotana Fajas Lady:

Figura 29. Bogotana Fajas Lady competencia nacional



Fuente: Fajas Lady

- Se dedica a la fabricación de prendas de control, siendo muy fuerte en prendas postoperatorias, hace lo propio. Exporta 85% de su producción que en este momento es de 5.000 unidades al mes.
- Sus principales mercados de destino son Ecuador, Perú, República Dominicana, Estados Unidos y Europa en donde ya han comenzado a atender población latina que cada día toma más importancia en esta zona del mundo.

-Fájate:

- Una compañía dedicada la producción y comercialización de prendas para el sector de la moda, salud y belleza. La marca líder Fájate Diseño de Prada, se ha caracterizado por ofrecer prendas de control materno, post quirúrgicas y de uso estético, enmarcadas dentro de un permanente desarrollo y crecimiento comercial, industrial, laboral y corporativo.
- La sede principal se encuentra en la ciudad de Medellín y tienen participación nacional e internacional. Están en 51 puntos de ventas a nivel nacional y en más de 30 países; reflejando el compromiso y respaldo de todos sus clientes.

Figura 30. Fájate competencia nacional



Fuente: Fajate

(Fajate)

- Fájate espera exportar ocho millones de prendas de control en el 2018 y vender cerca de US\$10 millones en exportaciones.

-Otras marcas:

- Trueshapers
- Fajas Romanza.
- Fajas Salomé
- Leonisa

Colombia es el país que está entre los primeros más fuertes en ventas externas de ropa de control después de China y Estados Unidos con una industria de más de 100 empresas exportadoras, según Trademap. Esto no solo demuestra que este sector está teniendo un desempeño positivo sino que también demuestra la confianza y aceptación que tiene en mercados internacionales.

-Skims:

Actualmente una marca que está fuertemente vendiendo es Skims, marca propia de Kim Kardashian una de las grandes influencer a nivel mundial y empresaria saca al mercado su colección de ropa interior reductora con una renovación del concepto y bajo el nombre Skims. Los talles van desde XXS hasta 5X, y hay nueve colores para elegir, según el tono de piel de la

persona. Desde corpiños push up y bralettes hasta fajas reductoras y bodies, los precios oscilan entre los 40 y 70 dólares.

(Infobae)

Figura 31. Competencia internacional Skims



Fuente: Skims

Lanzada el 10 de septiembre, se convirtió en un éxito rotundo en ventas, superando los 2 millones de dólares en tan solo minutos.

5.3.2 Promoción

Figura 32. Feria Curve Las Vegas



Fuente: Curve Las Vegas

AUG 12-14

Una de las formas de darnos a conocer es mediante uno de los eventos de moda más importantes del mundo que se llama CURVE, único show dedicado exclusivamente a ropa interior y vestidos de baño en Estados Unidos, este evento es apoyado por Procolombia lo que nos hace más fácil el ingreso a este.

CURVE es el único espectáculo en América del Norte dedicado exclusivamente a prendas íntimas, trajes de baño y ropa interior masculina. Los espectáculos CURVE son producidos por EUROVET AMERICAS, una compañía de EUROVET.

EUROVET es el líder mundial indiscutible para lencería y trajes de baño, con eventos internacionales en París, Nueva York, Shanghái, Hong Kong, Las Vegas, Cannes y Moscú. También es la referencia francesa para ferias de textiles y equipos deportivos

1. Más de 350 marcas nacionales e internacionales que exhiben
2. Lencería, trajes de baño, loungewear, resortwear, fajas, ropa de dormir ...
3. 2.700 compradores y visitantes
4. Especialidad, departamento, cadena y tiendas en línea, pedidos por correo, importadores, mayoristas, distribuidores, agentes.

CURVE reúne a los mejores jugadores de la industria de ropa íntima y trajes de baño en la costa este de América del Norte, enfocándose en crear relaciones comerciales, compartiendo experiencias entre marcas y compradores de las Américas.

Al exponer en la feria, podrá fortalecer las relaciones existentes, así como crear nuevas conexiones duraderas mientras se beneficia de la exposición durante todo el año en un ambiente familiar e íntimo.

(Cantonfair)

PRESUPUESTO PROMOCIÓN:

Tabla 5. Presupuesto promoción

ITEM	Feria CURVE Las Vegas
Hotel	\$ 2.500.000
Ticketes (American Airlines)	\$ 2.000.000
Comida	\$ 900.000
Transporte Personal	\$ 550.000
Stand	\$ 8.330.000
Muestra comercial	\$ 2.510.000
Advertising	\$ 760.000
Decoración del stand	\$ 1.500.000
Registro	\$ 3.150.000
Arme y desarme de Stand	\$ 800.000
TOTAL	\$ 23.000.000

Fuente: Elaboración propia

-Aerolínea

La compañía de transporte elegida para el movimiento de personal a las vegas será American Airlines.

Figura 33. Aerolínea para ir a feria



-Redes sociales:

Facebook- Instagram-Canal de Youtube

Vamos a manejar y contar con las 3 redes sociales más utilizadas hoy en día. A través de esta presencia online, se busca promover información detallada del producto, como por ejemplo sus principales características, sus beneficios y maneras de uso. Asimismo se incluye información relevante como puntos de venta, distribuidores autorizados, teléfonos canales de contacto.

-Influencers:

En este punto manejaremos vínculo con los más importantes “influencers” en Estados Unidos, para **colaboración con el producto. Donde esta persona se encarga de promocionar, utilizar y recomendar nuestro producto. Esto a través de sus redes sociales, canales de YouTube, blogs y demás. La dinámica consiste en enviarle nuestro producto gratis a cambio de publicidad.**

5.3.3 Precio

La estrategia de precio base propuesta es la de penetración de mercados; se espera llegar con un precio bajo para así tener una cobertura más rápida en el mercado estadounidense, pues la idea es recuperar con rapidez la inversión de la codificación en tiendas y los costos de las estrategias de comunicación adaptada

El precio promedio de este tipo de fajas, tal y como se muestra en la presentación es de 9,8 USD, tomando en cuenta el tipo de cambio en: 1USD =4,045 COP

Este precio se tomó como base, puesto que, teniendo en cuenta el precio de la competencia; el precio oscila entre 25 a 50 USD por cada una.

El precio final estará dentro del rango del precio de mercado estadounidense para el consumidor.

5.3.4 Canales de distribución y comercialización

Figura 34. Distribuidores autorizados Fajas Body Flex en Estados Unidos



Fuente: Fajasbodyflex.com

Como Podemos observar en la gráfica, la compañía ya cuenta con distribuidores autorizados en dos estados del país Estados Unidos.

El primero es Houston en donde cuenta con tres distribuidores autorizados, los cuales son:

- ❖ Elizabeth Reyes, 7457 Harwin Dr. Suite 238B Houston, TX 77036
- ❖ VIVI MINK FAJAS COLOMBIANAS, Norma Cruz ,1307 Richey St. Pasadena, TX 77502. 7134724432
- ❖ VIVI MINK COLOMBIAN GIRDLES, Houston (713) 472 4432 – (832) 863 5259

El segundo es del estado de la florida, en cual es:

- ❖ I.M.S INTERNATIONAL MARKETING SERVICES LLC. Juan Guillermo Rendón 14331 SW 120 ST Suite # 114 Miami, FL 33186 17862233015

El tercero se ubica en el paso Texas, en el cual es:

❖ Marcela González. 9312789919


Debido al interés de la empresa por expandirse más, crecer sus ventas y después de haber analizado las oportunidades que nos ofrece el País Americano en cuanto aranceles y la confianza de las personas al comprar este tipo de producto son mayores, nos vemos en la tarea de explorar nuevos estados y ciudades, para que las personas tengan un mayor acceso al producto colombiano.

Dos formas podrían ser viables para llegar al mercado de estados unidos. La primera podría ser a través de pequeñas tiendas latinas y Afroamericanas, en donde el estilo y las fajas colombianas son muy bien vendidas y recibidas. Sin embargo, este ejercicio solo serviría en la etapa de introducción y más como una estrategia adicional de penetración de mercado. Donde en realidad se vuelve rentable el negocio es en la distribución a través de las tiendas departamentales o las Supertiendas, que tienen presencia en las grandes ciudades de Estados Unidos.

Por otra parte, debido que el producto con el que se pretende llegar al mercado estadounidense tiene una alta demanda, pero también una alta competencia en los diferentes estados del país, no es recomendable hacerlo de manera directa a los consumidores, sino que es necesario a través de distribuidores independientes o agentes especializados.

A continuación, se muestra la siguiente tabla de las principales tiendas que operan a nivel nacional, y que podrá utilizar la empresa Faja Body Flex para la venta de sus Fajas.

Tabla 6. Tiendas de Estados Unidos para puntos de venta

Empresa	Descripción	Logo
Walmart	Es una de las tiendas más reconocidas en el mundo. Esta empresa está posicionada en USA como una de las cadenas minoristas más grandes en el país, donde encuentra	

	toda clase de artículos, incluyendo variedades y tipos de fajas	
Target	Es una corporación minorista estadounidense. Es el octavo minorista más grande de los Estados Unidos. Al igual que Walmart, se dedica a la venta de artículos como ropa incluyendo fajas.	
Walgreens	Es una compañía estadounidense que opera como la segunda cadena de farmacias más grande de los Estados Unidos detrás de CVS Health. Se especializa en surtir recetas, productos de salud y bienestar, información de salud y servicios de fotografía como también nos podría servir para trabajar e incursionar productos de belleza y cuidado como son las fajas.	

Fuente: Elaboración propia

5.4 ESTRATEGIA DE INMERSIÓN

La empresa Body Flex S. A. S es una empresa cuya cadena de producción es completamente nacional, además que su sede principal, sede de producción y de operación, también son nacionales. La empresa además busca entrar Los Ángeles, un mercado nuevo, por lo que la

estrategia más pertinente sería una exportación definitiva, donde se exportará por primera vez a esta ciudad por lo que se iniciaría con un contenedor en el primer envío.

Esto debido a que la marca tiene un precedente en el país debido a que hace envíos a Miami y Huston, sin embargo, siguen trabajando con distribuidores, es decir tercerizando sus operaciones, falta que la marca tenga más rango de operación en el país y también que tenga mayor reconocimiento con su mercado objetivo. Además, la empresa necesita tener una mejor situación financiera para iniciar un proyecto más grande por lo que debido a las condiciones nacionales e internacionales de la empresa y las condiciones de esta en el mercado objetivo es que una exportación definitiva es la estrategia de inmersión más adecuada temporalmente. Dependiendo del desempeño del producto en este nuevo mercado se proyecta para un corto plazo el incremento de cantidades enviadas hacia el destino debido a la alta demanda y se espera a largo plazo considerar el cambio de estrategia en el mercado cambiando de una exportación definitiva a un joint Venture al ser la marca reconocida y tener socios comerciales identificados correctamente. Además, se busca que la empresa mejore su músculo financiero para poder realizar este tipo de estrategias.

Con esta estrategia Body Flex busca primero nuevos ingresos para esta misma, segundo aumentar la competitividad de los productos de la marca incluyendo calidad y precio, tercero que la empresa tenga un desarrollo más fuerte en el mercado internacional, cuarto aumentar la capacidad de la empresa tanto en producción, como mano de obra y tecnología. Es necesario que con esta nueva inmersión de mercado la empresa busque lograr no solo conectar sus productos a más lugares si no también que logre una conexión con sus clientes abarcando y teniendo un papel mucho mayor en la cadena internacional donde deje de tercerizar sus productos para así no solo tener una mayor ganancia si no también apropiarse de mejor manera de las necesidades de los mercados a los cuales está entrando y conocer de mejor manera la opinión del consumidor frente a los productos de la marca BODY FLEX.

6. LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN ADUANERA

6.1 CANTIDAD PARA EXPORTAR

Figura 35. Población en California

Total Population

	Total population	Women and girls	% Female
California	38,041,430	19,123,657	50%
Los Angeles County	9,962,789	5,043,392	51%
City of Los Angeles	3,857,786	1,940,466	50%

Source: U.S. Census Bureau, 2012 American Community Survey 1-Year Estimates.

Nearly 25% of Los Angeles Females are Less than 18 Years of Age³

Age group	% L.A. City females in the age group	% L.A. County females	% California females
Under 5 years	6%	6%	7%
5-17 years	16%	17%	17%
18-24 years	11%	10%	10%
25-44 years	31%	29%	27%
45-64 years	24%	25%	25%
65 years and over	13%	13%	14%

Source: U.S. Census Bureau, 2012 American Community Survey 1-Year Estimates (Table S0101).

Fuente: Página Oficial de la Alcaldía de Los Ángeles

Siguiendo la estrategia de inmersión la cual es tercerizar nuestro producto el estado de California en Estados Unidos donde hay una población de 38,041,430 personas, en un inicio enfocándonos en la ciudad de los Ángeles la cual tiene una población de 3,857,786 personas donde principalmente decidimos identificar la población que hace parte del índice de obesidad que tiene la respectiva ciudad el cual es del 24%, esto quiere decir que nos enfocamos en una población obesa que está compuesta por 925.869 personas. Teniendo en cuenta la que el mercado de los Ángeles es altamente competente y también teniendo en cuenta el tamaño y la capacidad de la empresa Body Flex se determinó que en un inicio se busca llegar solamente aproximadamente al 0.52% de esta población lo cual significa 4800 personas, es decir, 4800 fajas que se deben exportar.

6.2 EMPAQUE Y EMBALAJE DEL PRODUCTO

-Empaque

El producto Fajas de la empresa Body Flex se clasifica como carga general, por lo tanto, su empaque y embalaje debe definirse con el fin de proteger y manipular de forma adecuada el producto.

-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 las fajas es en bolsas plásticas con presentación individual.



Dimensiones Empaque	
Largo	20cm
Ancho	24cm
Alto	0,5cm

Ilustración # -- Empaque primario para Faja

Peso del empaque: 600g = 0.6 kg

-Empaque Secundario

Dimensiones Caja Máster	
Largo	45cm



Ancho	40cm
Alto	40cm

Ilustración # -- Empaque secundario para Faja

Peso de la Caja máster: 500 g = 0,5 kg

-Embalaje

-Reglas de embalaje y etiquetado en USA

La ley sobre el embalaje y el etiquetado de los productos de consumo se aplica al minorista, fabricante, productor o procesador de un producto, o a toda persona implicada en las operaciones de importación, embalaje y venta.

-Idiomas permitidos en el embalaje y el etiquetado

La identidad del producto debe figurar en el idioma oficial (inglés) otros idiomas son optativos. El nombre y la dirección del proveedor pueden aparecer en cualquiera de las lenguas oficiales.

-Marcado de origen "Hecho en"

La Ley de Aduanas de USA específica que es de manera obligatoria especificar el país de origen de la mercancía.

-Normativa relativa al etiquetado

Todos los productos importados deben tener una etiqueta indeleble que mencione su país de origen. Dependiendo del producto, aplican especificaciones particulares. Los productos alimentarios deben nombrar todos los ingredientes que contienen en el orden siguiente: de mayor a menor prevalencia. Además, se debe listar toda la información nutricional del producto. Los

productos textiles y la ropa deben indicar el contenido de sus fibras y las instrucciones de cuidado de la tela

Se analiza cuantas fajas caben en una caja máster y para ello hacemos su respectivo calculo.

Largo: $45/20 = 2.25$

Ancho $40/24 = 1.66$

Alto: $40/0.5 = 80$

$$L \times A \times H = 2 \times 1 \times 80 = 160.$$

Por caja caben 160 unidades del producto, es decir que las 4800 unidades estarán distribuidas en 30 cajas ($4800/160 = 30$) La carga tendrá un peso total de 2895 kg (2880 kg de producto y 15 kg de cajas).

-Cubicaje

Ahora vamos a hacer el respectivo cubicaje para saber cuántas cajas masters caben en un pallet lo cual, tiene las siguientes medidas:



Dimensiones Pallet estándar	
Largo	120cm
Ancho	100cm
Alto	200cm

Ilustración # -- Estiba estándar

-Encarre :

1	L	A	H	45	40	40
----------	----------	----------	----------	----	----	----

2	L	H	A	45	40	40
3	A	L	H	40	45	40
4	A	H	L	40	40	45
5	H	L	A	40	45	40
6	H	A	L	40	40	45

Fuente: Elaboración propia

Dimensiones pallet			No. Cajas/ estiba	#Estibas completas (decimal)	#Estibas completas
L	A	H			
120	100	200			
2	2	5	20	10	10
2	2	5	20	10	10
3	2	5	30	6,66666667	6
3	2	4	24	8,33333333	8
3	2	5	30	6,66666667	6
3	2	4	24	8,33333333	8

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en los cálculos en la anterior gráfica, en un pallet de medida estándar de 120X100X200 (LXAXH) caben 30 cajas, el cual es el cubicaje que está más optimizado, llevando la mayor cantidad de cajas posibles y a su vez ocupando un volumen de 2.400.000 cm³ por pallet. Por tanto, solo se exportaría un pallet en el cual, caben 30 cajas másteres y por lo tanto lleva las 4.800 unidades de fajas que se exportarían para el mercado americano en el primer envío. La idea es que el segundo envío sea enviado 3 meses después del primero y se pueda enviar mínimo el doble de lo que se enviará en esta carga. Es así como las características de la carga son 30 cajas que irán en un pallet (15 kg) en un contenedor de 20 std

LCL con un peso Bruto de 2910 Kg.

6.3 PRECIO DE VENTA INTERNACIONAL

Se determinó el precio de venta para el mercado de Los Ángeles la tabla de costos teniendo en cuenta los términos de negociación internacional (incoterms), con una tasa representativa del mercado del 22 de Abril, en la que se establecen el precio de venta en el mercado nacional para compras mayoristas y el precio para cada uno de los factores que están inmersos en el proceso de la negociación.

Tabla 7. Precio de Venta Internacional

PRECIO DE VENTA INTERNACIONAL		
INCOTERM	COP	USD
CIF	158.517.581,4	39.188,52
Porcentaje de ganancia	20%	20%
Valor total de utilidad	\$ 31.703.516,28	\$ 7.837,7
Valor total de la mercancía	\$ 190.221.097,7	\$ 47.026,23
Valor Unitario de la mercancía	\$ 39.629,4	\$ 9,8

Fuente: Elaboración propia

Para obtener un precio adecuado se tuvo en cuenta características todas las variables como requisitos, certificados y la logística internacional. El precio de venta internacional de las fajas de la marca Body Flex será de \$ 9,8 USD es decir \$ 39.629,4 COP, el cual es un precio que logra estar por debajo de los precios de las fajas y aun así permite a la empresa tener un margen de utilidad de 20%. De esta manera se le ofertará un precio justo al comprador para que pueda ganar una buena utilidad también cuando comercialice el producto en destino y se pueda tener una relación de negocio win-win. En este caso también es una gran ventaja que en el Estado de California hay un IVA no tan alto como en los otros Estados y a su vez que para Estados Unidos no hay un arancel gracias al TLC.

6.4 TERMINO INCONTERM A NEGOCIAR

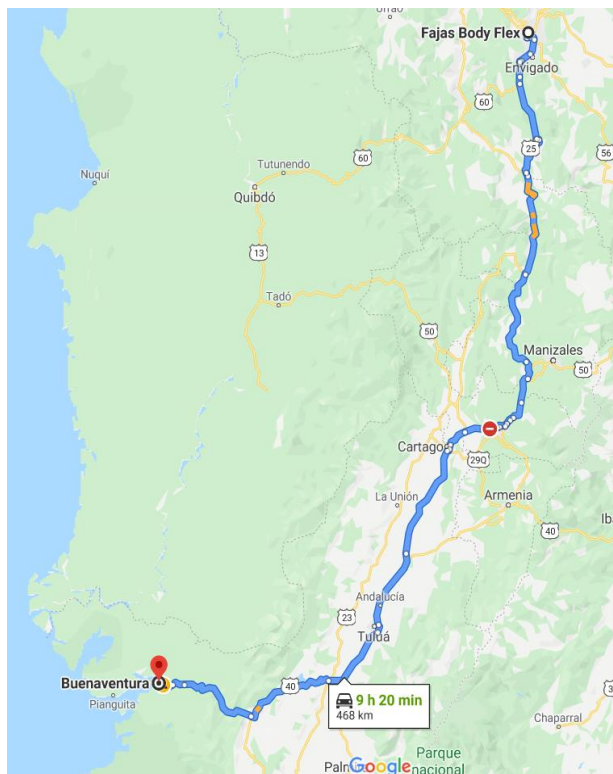
El término seleccionado para llevar a cabo el proceso de negociación y logística, fue CIF debido a que Fajas Body Flex aún es una compañía emergente en los mercados internacionales. Por lo

tanto, no cuenta con la experiencia necesaria para ejecutar los procesos aduaneros y logísticos más óptimos en destino. Y es el comprador el que se encarga de correr con gastos de llegada (o gastos en destino), pago del despacho de aduanas en destino, Transporte interior en el país de destino y pago de impuestos y aranceles.

6.4 RUTA INTERNACIONAL DE LA OPERACIÓN -Ruta Nacional

La empresa fajas Body Flex se encuentra ubicada en Medellín, Antioquia, es de ahí donde se despachara la mercancía con destino al Puerto de Buenaventura, Valle del Cauca. El tiempo de transito es de 9 horas y 20 minutos, tomándolo como un día previniendo arreglo o detención en la vía.

Figura 36. Ruta terrestre en Colombia



Fuente: Google Maps

Una vez llegada la mercancía al puerto de Buenaventura, Valle del Cauca, se pondrá a disposición del puerto donde la mercancía iniciará su ruta marítima a su país destino Estados

Unidos, este será un recorrido 25 días, llegando al puerto de Los Ángeles. Cabe resaltar que la ruta fue escogida teniendo en cuenta el perfil logístico de pro Colombia y SeaRates, y se realizará por medio de la naviera Hamburg Süd.

-Acceso Marítimo

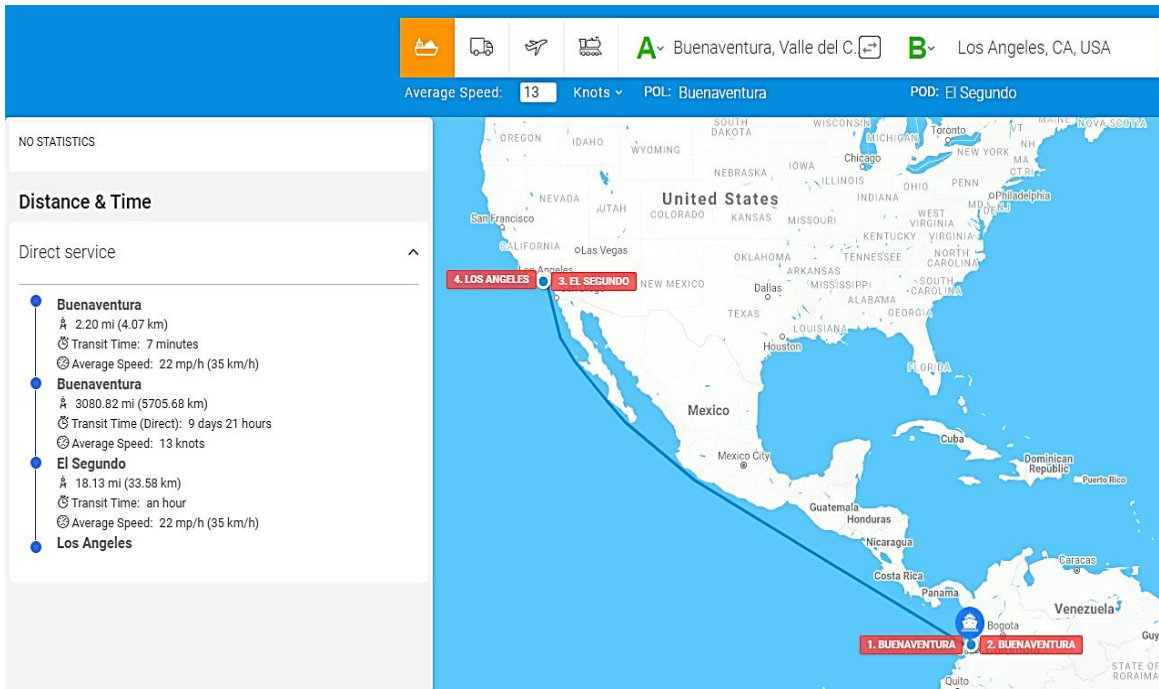
La ruta escogida y por la cual se llevara a cabo es la marítima, la cual en la siguiente imagen se muestra la conexión de los puertos de Colombia con los puertos de Estados Unidos.

Figura 37. Conexión Puertos Colombia- Estados Unidos



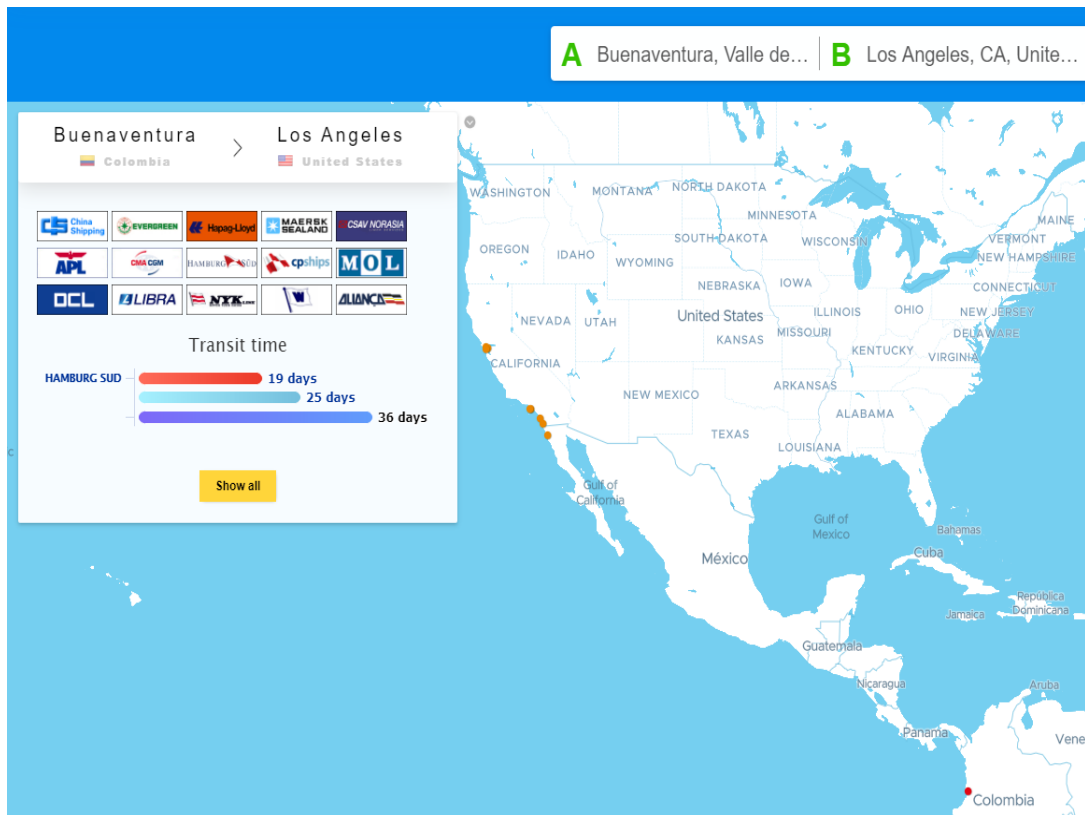
Fuente: Procolombia

Figura 38. Tiempo de Tránsito y Distancia Buenaventura. Los Angeles



Fuente: Searates

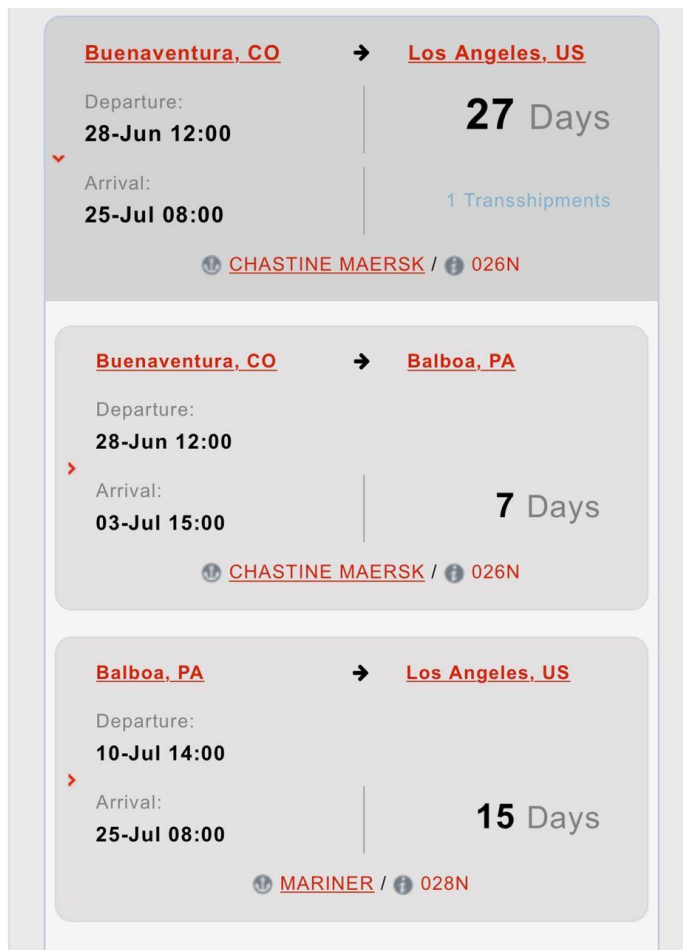
Figura 39. Grupo de navieras que suplen la ruta



Fuente: Searates

-Ruta Internacional

Figura 40. Ruta internacional Buenaventura- Los Angeles



Fuente: Hamburg Süd, 2020

En esta imagen se especifica la ruta que se llevara a cabo desde punto origen Buenaventura, Valle del Cauca al lugar de destino Los Angeles, CA. Teniendo un tiempo de tránsito total de 27 días, en los cuales 7 días es con escala en Balboa, PA y los 15 días restantes al lugar final. Allí también se evidencia los buques correspondientes en cada trayecto.

6.5 COSTEO DE OPERACIÓN

Tabla 8. Costos de la negociación internacional

TABLA DE COSTOS		
TRM (22/04/2020) = 4.045.01		1 USD = 4.045 COP
INCOTERMS	COP	USD
Costo de Producción Unitario	\$ 30.000	\$ 7.42
Cantidad para exportar	4800	-
Total costo de producción	\$ 144.000.000	\$ 35.599,51
Costo de Empaque/caja	\$1529	\$ 0.38
Numero de cajas usadas	30	-
Costo Total de empaque	\$ 45.870	\$ 11.34
Otros costos	\$ 2.000.000	\$ 494.44
EXWORK	\$ 146.045.870	\$ 36.105,28
Transporte Nacional	\$ 369.003	\$ 91.22
Seguro Nacional	\$30.000	\$ 7.42
Documentación	\$ 271.600	\$ 67.14

FAS	\$ 146.716.473	\$ 36.271,07
Gastos Puerto	\$ 1.415.750	\$ 350
Manipuleo de embarque	\$ 185.000	\$ 84,05
Subtotal	\$148.317.223	\$ 36.666,80
SIA (5% Sub Total)	\$ 7.415.861,15	\$ 1.833,34
FOB	\$ 155.733.084,2	\$ 38.500,14
Flete Internacional	\$ 1.107.156,95	\$ 273,71
CFR	\$ 156.840.241,2	\$ 38.773,85
Seguro Internacional	\$ 1.677.340,15	\$ 414,67
CIF	\$ 158.517.581,4	\$ 39.188,52
Gastos Puerto	\$ 1.415.750	\$ 350
Transporte Interno USA	\$ 463.516,55	\$ 114,59
DAP	\$ 160.396.848	\$ 39.653,11
Agente Aduanero	\$ 1.618.000	\$ 400
DPU	\$ 162.014.848	\$ 40.053,11
Seguro en destino	\$ 33.209,45	\$ 8,21

Gastos Documentales	\$ 129.884,95	\$ 32,11
Impuestos a Importación (0%)	-	-
IVA (7.25%)	\$ 11.746.076,48	\$ 2.903,85
DDP	\$ 173.924.018,9	\$ 42.997,3

Fuente: Elaboración propia

7. EVALUACIÓN FINANCIERA

Esta evaluación financiera se realizó con el fin de conocer la viabilidad del proyecto y que la empresa Fajas Body Flex pueda iniciar con el cumplimiento de sus objetivos enfocados en la incursión de la marca en mercados extranjeros con el producto faja-braga mediante estrategias de internacionalización, como es el caso del proyecto específico en el mercado estadounidense. Inicialmente, se calcularon las unidades a exportar durante los próximos 5 años, como se puede ver en la tabla 9 teniendo en cuenta el crecimiento en la participación del mercado (6,3%), dentro de la ciudad de Los Angeles, para que, en un plazo de 4 años se pueda enviar como mínimo un contenedor de 20ft.

Figura 41. Tasa de incremento de la industria de fajas



Fuente: MARO

Con base en lo anterior, se establecieron los ingresos y egresos del proyecto durante los 5 años, teniendo en cuenta principalmente los ingresos propios del incremento en las ventas en unidades, así como en el valor del precio de venta de acuerdo a la inflación. Como se puede observar en la siguiente figura:

Tabla 9. Ingresos y egresos del proyecto

INGRESOS Y EGRESOS DEL PROYECTO					
	Años				
	1	2	3	4	5
Precio Unitario	\$39.629	\$41.058	\$42.525	\$44.040	\$45.600
Cantidad	4.800	9.600	10.205	10.848	11.531
Costo Unitario	\$30.000	\$31.082	\$32.192	\$33.339	\$34.520
Ingresos	\$190.221.120	\$394.158.972	\$433.962.701	\$477.736.486	\$525.816.820
Egresos	\$144.000.000	\$298.383.755	\$328.515.724	\$361.653.080	\$398.050.553

Fuente: Elaboración propia

VALOR TOTAL DFI	158.517.581
COSTO DFI	6.783.326

Fuente: Elaboración propia

Además, para el cálculo de la inversión inicial, como se muestra en la tabla 10, se tuvo en cuenta los factores que la empresa debe acarrear para iniciar el proyecto como son los costos de producción, el valor de la feria, las cuales apoyan todo el proceso de inmersión y posicionamiento del producto y la marca en el mercado estadounidense y los costos de distribución física internacional, acarreados por la empresa en el primer envío anual que se van a realizar en el primer año.

Tabla 10. Inversión inicial del proyecto

Inversión año 0	
Costos Totales	144.000.000
Gastos de feria	23.000.000
Costo DFI	6.783.326
Total	173.783.326

Fuente: Elaboración propia

Tomando en cuenta lo establecido anteriormente, se realizó el cálculo del flujo de caja neto como se muestra en la tabla 11, en donde se destaca la inversión y los ingresos y egresos de los próximos cinco años para el proyecto establecido.

Tabla 11. Flujo de caja neto

	Años					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos		\$190.221.120	\$394.158.972	\$433.962.701	\$477.736.486	\$525.816.820
Egresos		\$144.000.000	\$298.383.755	\$328.515.724	\$361.653.080	\$398.050.553
Inversion	173.783.326					
Flujo de Caja Neto	-\$173.783.326	\$46.221.120	\$95.775.218	\$105.446.977	\$116.083.406	\$127.766.267

Fuente: Elaboración propia

Posteriormente, como se muestra en la tabla 12, se consideró el costo de operar de la empresa obtenido a través de Emis, se calcularon algunos indicadores que soportan la evaluación financiera del proyecto, como es el valor neto actual, el cual nos permite identificar el valor del flujo de caja neto de los próximos cinco años a precios actuales. Por otro lado, la tasa interna de retorno, que nos permite medir la rentabilidad de la inversión. Es por esto que, para este caso se obtiene una tir del 40%, lo que indica beneficio en la inversión en el proyecto. A su vez, se calculó la relación beneficio/costo, la cual es del 1.42, un valor óptimo, ya que, un proyecto se considera rentable cuando la relación costo-beneficio es mayor a uno.

Tabla 12. Indicadores de evaluación financiera

Costo Capital	24%
VPN	\$73.768.418
TIR	40%
B/C	1,42

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13. Periodo de recuperación

El promedio nacional de Utilidad Bruta es de las empresas del sector de fajas es de 24%, por el cual este será tomado como el costo de oportunidad de la empresa, para poder tomar una decisión si invertir o no en este proyecto. En la siguiente tabla veremos que el proyecto, a una tasa de oportunidad del 24% dará un Valor actual neto positivo con una tasa interna superior al

costo de oportunidad , donde el dinero de la inversión inicial se retornara en 3,4 años, es decir después del tercer envío.

Pay Back	Años					
	0	1	2	3	4	5
	-\$ 173.783.326	\$ 37.275.097	\$ 62.288.773	\$ 55.305.596	\$ 49.100.216	\$ 43.582.062
		-\$ 136.508.229	-\$ 74.219.456	-\$ 18.913.860	\$ 30.186.356	
Período de Recuperación	3,4					

Fuente: Elaboración propia

Por lo cual, se puede establecer que el proyecto de incursión de la marca Fajas Body Flex es viable de acuerdo a los indicadores financieros evaluados. Además, teniendo en cuenta que es un proyecto mediano, de acuerdo a las capacidades técnicas, productivas y financieras de la empresa, en donde se recomienda iniciar satisfaciendo una pequeña parte de la demanda global con el fin de asegurar el éxito y crecimiento de la misma, la cual, de acuerdo a la aceptación en el mercado puede incrementar y garantizar el desarrollo y diversificación de la empresa.

REFERENCIAS

<https://www.maro.com.co/apuesta-pdp/bienes/1>

http://www.saladeprensainexmoda.com/wp-content/uploads/2019/03/informe_textil_y_confecciones_feb_2019.pdf

Cantonfair. (s.f.). Obtenido de <https://www.cantonfair.net/event/3131-curve-las-vegas>

Fajas. (s.f.). Obtenido de <http://fajas.com.es/fajas-reductoras>

Fajate. (s.f.). Obtenido de <https://www.fajate.co/>

Infobae. (s.f.). Obtenido de <https://www.infobae.com/tendencias/lifestyle/2019/09/18/como-es-la-coleccion-de-fajas-de-kim-kardashian-que-reduce-la-cintura-y-marca-los-gluteos/>

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/us.html>

<https://tradingeconomics.com/united-states/competitiveness-rank>

<https://tradingeconomics.com/united-states/capacity-utilization>

https://www.theglobaleconomy.com/USA/transparency_corruption/

<http://data.worldjusticeproject.org>

<https://www.trade.gov>

<https://www.commerce.gov>

<https://www.macmap.org>

<http://www.colombiatrader.com.co/noticias/las-fajas-que-exporta-colombia-ocupan-el-tercer-lugar-en-el-mundo>

<https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/exportaciones-de-fajas-colombianas-suben-en-2018/263491>

<http://tlc-eeuu.procolombia.co/oportunidades-por-sector/prendas-de-vestir/ropa-de-control>

<https://www.portafolio.co/negocios/ee-uu-el-mayor-cliente-de-las-fajas-colombianas-en-el-mundo-519655>

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-43664557>

<https://www.portafolio.co/negocios/como-le-va-a-la-venta-de-fajas-en-el-pais-510999>

https://www.hamburgsud-line.com/liner/en/liner_services/index.html

<https://worldfreightrates.com/>

<https://www.searates.com/es/>

https://procolombia.co/sites/default/files/perfil_logistico_de_estados_unidos_2014.pdf