



INSTITUCION UNIVERSITARIA POLITECNICO
GRANCOLOMBIANO

PROYECTO DE FORMACIÓN

(procolombia, 2019)

Opción de grado

Comercialización textil en Chile

NOTA: 3.6 PTS

Tutora: María Gabriela Ramos Barrera

Integrantes

María Adriana Ortiz Pinilla Cod: 1521020732

Natalia Alejandra Contreras Acosta Cod: 1311070143

David Santiago Chamizo Cod: 1521020984

John Jairo Torres Acosta Cod: 1521021974

Septiembre 2019.

Institución Universitaria Politécnico Gran Colombiano .

Bogotá D.C.

Tabla de contenidos

Capítulo 1 Comercialización textil en Chile	4
Introducción	4
Palabras claves	4
Descripción del problema	5
Formulación del problema:	6
Capítulo 2 Objetivo general	7
Objetivos específicos:	7
MARCO METODOLÓGICO	8
Definición muestra inicial:	8
Concepción del diseño del estudio	8
MARCO TEÓRICO	9
Inmersión inicial en el campo	9
MATRIZ DOFA	13
ORGANIGRAMA	14
DIAGNÓSTICO DEL MERCADO CHILENO	15
Trámites Aduaneros	15
Maquinaria E Insumos	16
ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO	17
Panorama General	17
Actualidad Análisis Socio-Político – Factores Externos	17
ANÁLISIS FINANCIERO INTERNO	18
Tendencias del sector	20
Indicadores de comercio transfronterizo	20
Comercio internacional y acuerdos	20
Modalidades de ingreso de las mercancías al territorio chileno:	21
Cultura de negociación en Chile:	21
Movilidad De Factores	22
Inversión Directa	23



INSTITUCION UNIVERSITARIA POLITECNICO
GRANCOLOMBIANO

PROYECTO DE FORMACIÓN

PROPUESTA DE VALOR	24
CONCLUSIÓN	25
GRÁFICOS	26
Bibliografía	29
LINK VIDEO OPCION DE GRADO	29

Capítulo 1

Comercialización textil en Chile

Introducción

En el presente trabajo se realiza un análisis de la incursión del sector textil en Chile, mediante el cual se busca ver la influencia del mercado textil colombiano en Chile, ya que en los últimos años el crecimiento de este sector en el país en mención ha venido aumentado significativamente.

El análisis se realizó con base en la información obtenida mediante diversas fuentes tales como documentos y estudios que demuestran las oportunidades que la empresa SAYME S.A.S puede llegar a tener en el mercado de estudio, teniendo en cuenta que actualmente en el mercado colombiano se está viviendo una preocupación en el sector textil, debido a la gran competitividad que hay en el mercado colombiano, dado los altos índices de contrabando y empresas extranjeras que han entrado a competir en esta gran industria.

Dado las circunstancias se ha pensado en entrar al nicho textil de otro país, en este caso Chile, con el fin de poder generar nuevas oportunidades de mercado y lo más importante de empleo. Lo que se busca es mostrar la gran calidad de los productos colombianos en cuanto al mercado textil se refiere.

Palabras claves

Internacionalización, SAYME, Chile



INSTITUCION UNIVERSITARIA POLITECNICO
GRANCOLOMBIANO

PROYECTO DE FORMACIÓN

Descripción del problema

La empresa SAYME S.A.S es una empresa con una amplia trayectoria en la importación, exportación y comercialización de telas para camisas y pantalones, son más de 30 años en el sector textil que con arduo trabajo han hecho que hoy esta empresa este entre las más importantes empresas de Colombia del sector. Su portafolio de servicios está dirigido a pequeños, medianos y grandes comerciantes y empresarios convirtiéndose así en el pilar más importante para el desarrollo de muchas organizaciones.

Según (Unece, 2018) “la industria de la moda tiene un valor de mercado de 2,5 billones de dólares, emplea a más de 75 millones de personas a lo largo del mundo, de las cuales un 80% son mujeres”.

Según (Procolombia) “desde hace un año las marcas locales vienen disminuyendo la cantidad de prendas fabricadas en el país, sustituyéndolas por productos importado, en este momento se están concentrando en la modernización de canales de venta”, lo que nos lleva a tener una gran oportunidad para incursionar en este negocio. (Procolombia) afirma, “el consumidor está dispuesto a pagar un mayor precio por productos de mayor calidad, el fabricante colombiano debe tener en cuenta la diferencia de tallaje y fisionomía de la mujer chilena además de flexibilidad a la hora de diseñar y producir según las tendencias. Los colores del mercado en Chile los cuales son blancos, beige y negros”.

Igualmente se tiene la opción de incluir dentro del plan de negocios la comercialización de ropa interior femenina a base, con adornos y encajes de telas de la cultura Wayuu e indígena de nuestra nación, lo cual permitiría a la empresa ser reconocida ante las demás



INSTITUCION UNIVERSITARIA POLITECNICO
GRANCOLOMBIANO

PROYECTO DE FORMACIÓN

compañías como una empresa textilera que piensa en impulsar los productos de las diferentes culturas indígenas permitiendo dar a conocer que las mujeres de estas etnias pueden ser un primer eslabón para una nueva cadena de distribución que busca innovar demostrando que en Colombia se tiene un mercado textil único en Latinoamérica.

Aprovechando las características de la industria y oportunidades expuestas por Procolombia se encuentra que nuestra oferta de productos es diversificada y reconocida por su alta calidad, diseños únicos a la vanguardia de las tendencias mundiales, tiempos de entrega apropiados para la demanda internacional, fuerza de trabajo calificada y la innovación del sector y además que el empresario sea pionero en la producción de prendas con características funcionales.

Formulación del problema:

Para llevar a cabo el plan de negocios que prestará Sayme S.A.S se hace necesario el planteamiento de los siguientes interrogantes

¿Porque exportar a Chile?

¿Porque exportar ropa interior femenina?

¿Con qué recursos económicos cuenta la empresa para la producción y exportación de ropa interior femenina al mercado chileno?



INSTITUCION UNIVERSITARIA POLITECNICO
GRANCOLOMBIANO

PROYECTO DE FORMACIÓN

Capítulo 2

Objetivo general

- Diseñar un plan de negocios que permita llevar a cabo la internacionalización de ropa interior femenina al mercado chileno con altos estándares de calidad y manufactura durante los próximos 5 años.

Objetivos específicos:

- Estudiar las necesidades, preferencias y gustos de la mujer chilena en materia de ropa interior, para contribuir al diseño del plan de negocios.
- Elaborar un estudio técnico que nos permita establecer, procesos operativos y requerimientos para el diseño y confección de nuestra ropa interior femenina.
- Elaborar el plan financiero, para determinar la oportunidad real y viabilidad financiera del plan de negocio para la exportación de Textiles al Mercado Chileno
- Analizar la situación actual de Sayme S.A.S., para la exportación de Textiles y confecciones de las etnias colombianas al Mercado Chileno.

MARCO METODOLÓGICO

Definición muestra inicial:

Como se expuso en el planteamiento del problema, este trabajo se realizará mediante recolección de información mixta ya que nos enfocamos en una sola compañía dentro del mercado colombiano y así mismo estamos haciendo un análisis del mercado chileno, el cual nos permite obtener toda la información precisa y requerida para el desarrollo del mismo.

Para ello recopilamos la siguiente información:

- Anualmente se venden alrededor de 80.000 millones de prendas, cuya utilización - número promedio de veces que se usan antes de descartarlas- ha disminuido en un 36% en comparación con cifras de hace 15 años. Este comportamiento, de acuerdo a la (Ellen MacArthur Foundation, pág. 19) “es el resultado de un modelo de negocio llamado fast fashion o moda rápida, cuya premisa es vender ropa “desechable” a bajo costo, producida bajo un ciclo de vida lineal”.

Concepción del diseño del estudio

La metodología a usar en el desarrollo del proyecto será mediante la aplicación de una encuesta la cual estará conformada por 10 preguntas, enfocadas en obtener información de frecuencia de compra, sitios preferidos para compras, cantidad de dinero proyectado para tal fin y maneras en las que pagan sus compras. Teniendo en cuenta la distancia entre Colombia y el país de estudio se optó por aplicar la encuesta a través de internet y mediante la página oficial de la empresa, también se cuenta con el apoyo de una persona de confianza radicada en Chile la cual será nuestro apoyo constante en el diligenciamiento del



INSTITUCION UNIVERSITARIA POLITECNICO
GRANCOLOMBIANO

PROYECTO DE FORMACIÓN

cuestionario y se buscará igualmente el esparcimiento de la encuesta a través de redes sociales haciendo énfasis en la población chilena.

- ¿Con que frecuencia compra ropa interior?
- ¿Sitios preferidos para comprar ropa interior?
- ¿Cuáles son sus marcas preferidas en ropa interior?
- ¿Que busca en una prenda de ropa interior?
- ¿Con que materiales le gustaría que se realizara la confección de su ropa interior?
- ¿Estaría dispuesta a comprar ropa interior de una marca extranjera?
- ¿Qué tipo de ropa interior prefiere? (panty, tanga, cachetero)
- ¿Cuál es el medio de pago con el que hace sus compras?
- ¿Estado civil?
- ¿Nivel de ingresos mensual?

MARCO TEÓRICO

Inmersión inicial en el campo

El modelo Heckscher-Ohlin desarrollado por el economista sueco Bertil Ohlin en 1933 hace hincapié en que el comercio internacional puede mejorar la eficiencia económica, pero a su vez el comercio también causará una redistribución del ingreso entre diferentes factores de producción. En otras palabras, algunos ganarán con el comercio, otros perderán, pero es probable que los efectos netos sigan siendo positivos.



INSTITUCION UNIVERSITARIA POLITECNICO
GRANCOLOMBIANO

PROYECTO DE FORMACIÓN

Los acuerdos comerciales tienen varios objetivos como facilitar el acceso a mercados en el exterior a través de la exclusión parcial o total de los derechos de importación, crear empleos como resultado del incremento de la productividad por las exportaciones, acrecentar los flujos de inversión extranjera directa, entre otros. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2004).

De igual forma, permiten fortalecer áreas como el comercio, dando lugar a que los países puedan acceder a materias primas, bienes de capital, servicios a un menor precio, lo cual les permite optimizar los procesos de producción y a su vez reducir costos; asimismo, las exportaciones medidas como proporción del PIB, aumentan.

Cabe resaltar que la adopción de estos acuerdos no se interpreta como un crecimiento y desarrollo económico asegurado. Si las empresas no generan innovación, valor agregado y si el país no adapta planes industriales aplicados mediante políticas públicas para mejorar la infraestructura y modernizar la industria, no será predecible el éxito del acuerdo. Incluso luego de la entrada en vigor de algunos tratados, las importaciones de un país aumentan con respecto a sus exportaciones, causando un déficit en la balanza comercial. (Isaza, 2006)

El hecho de Instaurar acuerdos preferenciales, fortalecer los lazos comerciales y políticos mediante los acuerdos comerciales forma un escenario de confianza idóneo para la inversión extranjera. Según Tim Buthe y Helen Milner los tratados de libre comercio representan garantías que les permite a los inversionistas declinar su decisión de inversión hacia economías con las cuales su país tenga algún tipo de acuerdo económico. (Buthe & Milner , 2008)



INSTITUCION UNIVERSITARIA POLITECNICO
GRANCOLOMBIANO

PROYECTO DE FORMACIÓN

Los acuerdos de libre comercio repercuten en la esfera social. Se estima que a raíz de la entrada en vigor de algún acuerdo las ventas en el exterior aumenten al igual que la producción nacional lo cual conlleva que las empresas locales demanden más mano de obra. Sin embargo, como lo menciona la Cepal, este tipo de alianza entre países no es la solución para el desempleo de la economía nacional, sin una cohesión entre el apoyo a las empresas y la creación de políticas sociales que generen oportunidades laborales, es complejo que los acuerdos generen por si solos empleos. (Cepal, 2006)

Los acuerdos representan un beneficio para los países en la medida que tengan sólidas bases para ser competitivos a nivel mundial. Según Michael Porter “la competitividad de una nación depende de la capacidad de sus industrias para innovar y mejorar, y que determinadas empresas son capaces de hacerlo con coherencia, procurando denodadamente las mejoras y una fuente cada vez más perfeccionada de ventaja competitiva” (Benzaquen, Carpio, Zegarra, & Valdivia, 2012).

Durante el 2018, las exportaciones colombianas de insumos para la confección con destino al mercado chileno fueron de USD14.681.254, según cifras del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). De esta forma, presentaron un crecimiento anual del 388%, con respecto al año anterior, cuando se registraron ventas por USD5.090.593. De acuerdo con Rodrigo la Pozo la torre, director de la oficina de Proexport en Chile, este importante crecimiento se explica en buena medida por el aumento exponencial de las exportaciones de insumos textiles, buen desempeño, el incremento de las exportaciones de las demás telas sin tejer, incluso impregnada, recubierta, revestida o estratificada de peso superior a 150 g/m, cuyas ventas se incrementaron en un 388%, al



INSTITUCION UNIVERSITARIA POLITECNICO
GRANCOLOMBIANO

PROYECTO DE FORMACIÓN

pasar de USD586.909, en el 2017, a USD926.602, en el 2017. Así como las exportaciones al país austral de encajes fabricados a máquina de fibras sintéticas o artificiales y los hilados entorchados, que pasaron de USD809.359, a USD1.220.324, en el 2017, lo que representó un aumento del 51%. Al comparar el comportamiento de las exportaciones, durante los últimos tres años, se observa un incremento del 96%, al pasar de USD5.017.795, a USD14.681.254, en el 2018

Cruzando datos actuales publicados por diferentes organismos económicos y estatales como la Sofofa, la Cámara de Comercio de Santiago, el Ministerio del Trabajo, el Banco Central, el Servicio de Impuestos Internos, la Cámara Nacional de Comercio, el Banco Mundial, así como la encuesta recientemente publicada sobre el Diagnóstico Económico de la Moda de Autor en Chile, es posible afirmar que la industria del vestuario nacional, y específicamente la del diseño de autor local, representa menos del 0.5% del total de la facturación de este nicho en el país. En tanto, la confección “*made in Chile*”, en general, aporta con cerca de un 1%. Por otro lado, la facturación de productos chinos sobrepasa el 70%, y el resto se reparte entre prendas provenientes del sudeste asiático, Latinoamérica y en menor medida, Europa. En efecto, el aporte de la industria de la moda local al PIB nacional es insignificante en términos económicos (incluso considerando la confección general y el diseño de autor local en su conjunto), y dentro de la industria manufacturera, sólo aportan un 1,9%. En la misma línea, y relacionando cifras actuales con datos históricos sobre el consumo de vestuario nos encontramos con el siguiente escenario: mientras en los sesentas el 97% de la ropa que los chilenos usaban era confeccionada en el país, hoy dicha cifra cae a un 7%.



INSTITUCION UNIVERSITARIA POLITECNICO
GRANCOLOMBIANO

PROYECTO DE FORMACIÓN

Según varios estudios, el grupo etario que más compra ropa en Chile, así como el de mayor poder adquisitivo, es el comprendido entre los 30 y 45 años. Esto es, aquellos que provienen de la generación X y en parte, los más veteranos entre los *millennials*: aquellos que eran niños o adolescentes para el fin de la dictadura, que no toda la vida tuvieron Internet o teléfonos inteligentes, y que vivieron en carne propia el desate del consumismo a fines de los 90.

La amplia producción de insumos, accesorios para la confección, nuevos desarrollos en tejidos de fibras naturales y elásticas, además de empresas con gran capacidad de producción, innovación e integración vertical hacen de Colombia una plataforma ideal para el proceso de confección. El país está en la capacidad de ofrecer un alto contenido de diseño, estampación y acabados. Productos en fibras naturales y sintéticas como seda, rayón, poliamidas, elásticos, poliéster especial, viscosa, entre otras, que incluyen diseños diferenciados, con técnicas de estampación por sublimación y digital.

MATRIZ DOFA

Mediante el siguiente análisis DOFA se muestra el resultado en cuanto a las debilidades y amenazas del producto y el mercado frente a la competencia, fortalezas y oportunidades de entrar a competir directamente en el mercado de ropa interior chileno, ofreciendo un producto con un valor agregado único en el mercado.



- Estaremos expuestos a que los mercados, con los cuales competiremos traigan mercancía de contrabando y esta sea vendida por menor costo.
- Contar con pocos recursos financieros para ingresar a un mercado grande y fuerte en la industria.
- Contar con una imagen débil en cuanto al mercado chileno se refiere.
- Generar costos extras en la exportación del producto, incrementando los costos de comercialización.
- Los altos costos que puede generar exportar mercancía a otro país.



- El consumidor chileno está dispuesto a pagar un mayor precio por productos de mayor calidad del que actualmente poseen
- Desde hace un año las marcas locales vienen disminuyendo la cantidad de prendas fabricadas en el país, sustituyéndolas por productos importados.
- La oferta de productos diversificada y reconocida por su alta calidad; los diseños únicos a la vanguardia de las tendencias mundiales; los tiempos de entrega apropiados para la demanda internacional; la fuerza de trabajo calificada y la innovación del sector.
- Las empresas colombianas ofrecen la alternativa de marca y el servicio de paquete completo, de acuerdo a las necesidades del cliente.
- Excepción en el cobro de arancel e impuestos a nuestro producto en el mercado chileno



- Capacitar a los empleados para la confección de lencería femenina
- Confeccionar lencería femenina incluyente (comunidades indígenas, personas discapacitadas... etc.)
- Ubicación geográfica de fácil acceso y en un lugar de gran afluencia de público.
- Manejo de proveedores de buena calidad y bajos costos
- Producción de ropa femenina y de alta calidad con diseños de la tela wayuu.
- Alternativa diferente de ambiente y decoración.
- Servicio de alta calidad, y alta imaginación al exportar con telas wayuu a los clientes.
- Página WEB con acceso a diseños y últimas tendencias en ropa interior



- Divisas desfavorables-variación en la tasa de cambio.
- Exportaciones desde Asia teniendo en cuenta que por cantidad de producción pueden ofrecer un precio altamente competitivo.
- Altas tasas de interés en caso de ser necesario adquirir un crédito.
- Robos/pérdidas durante el proceso de exportación que normalmente ocurren durante el transporte después de haber pasado aduanas.
- Competencia con productos nacionales que al no tener que cubrir gastos de exportación podrían llegar a ofrecer mejores precios.

Matriz DOFA - Elaboración propia

ORGANIGRAMA

Para la nueva confección de los productos se necesitan 50 empleados para el cargo de operarios quienes tendrán un salario mínimo legal vigente, dos supervisores quienes contarán con un básico de 1.8 salarios mínimos legales vigentes y un gerente de producción quien tendrá un salario de 2.5 salarios mínimos legales vigentes.



INSTITUCION UNIVERSITARIA POLITECNICO
GRANCOLOMBIANO

PROYECTO DE FORMACIÓN

DIAGNÓSTICO DEL MERCADO CHILENO

Sayme S.A.S., empresa de confecciones, debe tener en cuenta las variables que determinan la competitividad de un producto en Chile. Entre las cuales están: los volúmenes (demandan grandes volúmenes de producción a bajos precios unitarios), la confiabilidad, el diseño, calidad y puntualidad.

Las fortalezas de Sayme S.A.S en el mercado de las confecciones en Colombia son sumamente positivas, tomando como referencia su producción y puntos de venta establecidos en gran parte del país. El comprador chileno se fija en características como el precio, ya que en su mayoría compran prendas que puedan competir con los precios locales, así como el diseño, la confiabilidad y la calidad de los materiales, características arraigadas en la cultura empresarial de Sayme, así mismo con la generación de diseños wayuu autóctonos de Colombia crearemos el Blue Ocean en el mercado chileno, esto ayudando a nuestras iniciativas de responsabilidad social, generando desarrollo y contratación de madres cabeza de familia colombianas que podrán aportar a dichos diseños.

Trámites Aduaneros

Inicialmente para que la empresa pueda exportar su producto al mercado chileno debe tener el registro como exportador reglamentado con el decreto 2788 del 31 de agosto de 2004, deberá realizar la ubicación de la subpartida arancelaria del producto a través del arancel de aduanas autorizado por la DIAN, posterior deberá realizar el procedimiento ante el



INSTITUCION UNIVERSITARIA POLITECNICO
GRANCOLOMBIANO

PROYECTO DE FORMACIÓN

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo donde hará la solicitud de determinación de origen – Declaración Juramentada y certificado de origen, adicional es importante consultar si el producto requiere vistos buenos y/o permisos previos para la autorización de exportación los cuales deben ser tramitados ante la DIAN, con estos trámites se da paso al procedimiento aduanero para despacho ante la DIAN en el Trámite de Exportación donde se verificarán los términos incoterms y medio de transporte, una vez consolidado el transporte y los incoterms para la exportación se remite al medio de pago para lo cual existen diferentes medios como cartas de crédito, letras avaladas, garantías stand by, entre otras y por último llega el procedimiento cambiario del reintegro de divisas para lo cual se debe diligenciar el formulario declaración de cambio N°2 de una entidad bancaria o entidad financiera.

Estos factores son el paso a paso que nos permitirá exportar la ropa interior femenina confeccionada por Sayme a la comunidad chilena, en busca de satisfacer una necesidad chilena y la internacionalización de la marca.

Maquinaria E Insumos

Se contará para el inicio de negocio con 50 máquinas nuevas, se capacitará a todo el personal que estará en la empresa esto con el fin de que conozcan todos los procesos de producción. Con el fin de que se tenga una vida útil más larga se contará con maquinaria de alta calidad y poder garantizar la calidad del producto final.

- 30 máquinas de costura recta



- 17 overlock de 5 hilos
- 1 cortadora vertical
- 2 mesa de corte

ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

Panorama General

Según (Banco Mundial, 2019) “Chile ha sido una de las economías latinoamericanas que más rápido creció en las últimas décadas debido a un marco macroeconómico sólido que le ha permitido amortiguar los efectos de un contexto internacional volátil y reducir la pobreza (USD5.5 por día) de 30% en 2000 a 6.4% en 2017”. Esto refleja la solides con la que contaba Chile al año 2017 para poder invertir en el mercado textil de esta nación, ya que el riesgo es menor teniendo en cuenta los valores relacionados anteriormente.

Actualidad Análisis Socio-Político – Factores Externos

Aunque la economía de Chile ha presentado un crecimiento bastante bueno, actualmente el país se encuentra en un estado de agitación ya que, en un día, más de un millón de personas tomaron las calles de Santiago, la capital. Más de tres semanas de protestas y movilizaciones tienen al país en la mira. De acuerdo a los chilenos, una de las causas es la promesa que líderes políticos tanto de izquierda como de derecha han hecho durante décadas, que el libre mercado conducirá a la prosperidad y que dicha prosperidad se hará cargo de los otros problemas no se ha cumplido. Por un tiempo parecía que se estaba cumpliendo la promesa debido al notable crecimiento de la economía, sin embargo, la



INSTITUCION UNIVERSITARIA POLITECNICO
GRANCOLOMBIANO

PROYECTO DE FORMACIÓN

desigualdad siguió arraigada, para la clase media los sueldos son bajos y los precios son altos.

Estas manifestaciones y la reciente crisis, generó la cancelación de eventos como la cumbre del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC) y de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP25) en Chile, lo que a su vez llevó a que la moneda y la bolsa chilena registraran bajas además de que las exportaciones cayeron en un 21% para el mes de octubre.

Aunque el sector textil no se está viendo directamente afectado por la crisis, una gran cantidad de medianos y pequeños emprendedores, que estaban planeando negocios para aprovechar la oportunidad se han visto obligados a evaluar la situación con cautela, esto no quiere decir que los negocios no se vayan a llevar a cabo sin embargo, hasta antes de las protestas se proyectaba un crecimiento anual del PIB de 2,3% para este año, con los acontecimientos de las últimas semanas, el panorama se ha vuelto más incierto por lo que se necesita más atención.

ANÁLISIS FINANCIERO INTERNO

La ropa interior es uno de los principales productos exportados por Colombia al mundo y es reconocida en mercados de gran exigencia. Existe variedad de diseños adaptados a las necesidades del cliente: se desarrollan brassieres con copas grandes y excelente soporte, calzones con características de control en el abdomen, a la vez que prendas con materiales delicados que dejan ver la forma natural del cuerpo.



INSTITUCION UNIVERSITARIA POLITECNICO
GRANCOLOMBIANO

PROYECTO DE FORMACIÓN

Colombia tiene oferta de marcas de alto valor agregado con propuestas innovadoras para varios segmentos. Hay marcas para el segmento alto con enfoques sexy, funcional o cómodo. A la vez, hay marcas para la población más joven, para embarazadas, o para un público conservador.

Mediante la información recopilada podemos definir que nuestro nicho está dirigido a las mujeres entre los 30 y 45 años de edad, ya que están dentro de la población chilena que tiene tendencia a realizar mayores compras y las cuales tienen un poder adquisitivo de importancia, se buscara satisfacer las falencias del mercado chileno para suministrar ropa interior de calidad y a buen precio, aprovechando que, según datos actuales publicados por diferentes organismos económicos y estatales como la Sofofa, la Cámara de Comercio de Santiago, el Ministerio del Trabajo, el Banco Central, el Servicio de Impuestos Internos, la Cámara Nacional de Comercio, el Banco Mundial, así como la encuesta recientemente publicada sobre el Diagnóstico Económico de la Moda de Autor en Chile, es posible afirmar que la industria del vestuario nacional, y específicamente la del diseño de autor local, representa menos del 0.5% del total de la facturación de este nicho en el país. En tanto, la confección “*made in Chile*”, en general, aporta con cerca de un 1%. Mediante estos datos y teniendo en cuenta las preferencias en los colores chilenos expuestos anteriormente, se buscará desarrollar nuestro producto dándole un valor agregado con la inclusión de materiales de la etnia wayuu, los cuales nos permitirán llegar a este mercado con propuestas novedosas y apoyo al desarrollo social de esta cultura en nuestro país.



INSTITUCION UNIVERSITARIA POLITECNICO
GRANCOLOMBIANO

PROYECTO DE FORMACIÓN

Tendencias del sector

El crecimiento de una cultura deportiva y el aumento del uso de gimnasios y spas, ha hecho desarrollar una moda alrededor de la ropa para actividades físicas en este país.

La búsqueda de nuevos materiales textiles, hace que se abra una interesante oportunidad de negocio, enfocada en tiendas especializadas, en la que la ropa interior debe proveer comodidad y soportes necesarios para el día a día

Los nuevos productos se están comercializando con la promesa de que tiene mayores beneficios de adelgazamiento, mejor soporte, una mayor comodidad, o con un énfasis en que son diseños limitados.

Indicadores de comercio transfronterizo

Los costos y procedimientos relacionados con la importación y exportación de un embarque estándar de mercancías se detallan bajo este tema. Cada procedimiento oficial se registra comenzando desde el acuerdo final entre las dos partes y terminando con la entrega de las mercancías, dichos valores están relacionados en el ítem de gráfico del presente proyecto.

Comercio internacional y acuerdos

La entrada en vigencia del TLC entre Colombia y Chile empieza desde el 08 de mayo de 2009, y tiene como beneficios Arancel al 0%, para el comercio de bienes, El 99% del universo arancelario está exento de arancel para el caso de Chile y el 1% restante, compuesto por productos lácteos, carnes, aceites y cítricos, se encuentran en desgravación hasta el 1 de enero de 2012.



INSTITUCION UNIVERSITARIA POLITECNICO
GRANCOLOMBIANO

PROYECTO DE FORMACIÓN

Los bienes incluidos en esta negociación quedarán totalmente libres de arancel en el 2012.

En comercio transfronterizo de servicios se logró el compromiso de trato nacional, trato de nación más favorecida y acceso a mercados.

Se ha podido identificar que desde los inicios de los acuerdos del TLC entre Colombia y Chile han establecido políticas adecuadas para el comercio, creando vínculos diferentes a otros tratados que se han realizado con otros países, como las compras públicas, inversión, entre otros, esto ha generado unas relaciones más fuertes entre ambos países.

Modalidades de ingreso de las mercancías al territorio chileno:

- Importación permanente
- Importación de mercancías para ferias internacionales
- Muestras sin valor comercial
- Admisión temporal.

Cultura de negociación en Chile:

Son exigentes, abiertos, formales, legalistas, con gran experiencia en el manejo de cadenas de frío y en procesos logísticos, van “Directo al grano”, en busca de resultados lo antes posible siempre orientados a resultados que favorezcan su inversión.

Poseen una visión aperturista su mentalidad global y geopolítica, lo cual les permite en algunas ocasiones sacar un mayor provecho ante negociadores que no han estudiado bien el mercado ni a la persona que tienen en frente, generalmente se pueden considerar como partidarios de alianzas empresariales utilizando a su país como plataforma para acceder a terceros países en busca de conformar un bloque sudamericano.



INSTITUCION UNIVERSITARIA POLITECNICO
GRANCOLOMBIANO

PROYECTO DE FORMACIÓN

Movilidad De Factores

Dentro del plan de negocios para la internacionalización de Sayme el cual se llevara a cabo mediante una línea de ropa interior femenina con un valor agregado traído de la cultura wayuu se pretende alcanzar el mercado chileno para satisfacer la necesidad de vestido intimo en la mujer chilena, aprovechando la solvencia económica y madurez financiera que la empresa ha adquirido en el transcurso de los años se puede garantizar que la producción de la ropa interior femenina se llevará a cabo sin ningún problema, ya que como empresa que ha manejado el trabajo de las telas, tiene una experiencia dentro del campo textil y así mismo cuenta con la mano de obra calificada para generar la nueva línea que se pretende internacionalizar. Uno de los riesgos a tener en cuenta para llevar acabo la internacionalización de nuestro producto es que chile podría recuperar su industria textil, hacer que las empresas locales y la marca made in chile se recupere, esto podría hacer que el consumo de nuestra marca y producto disminuya, es ahí donde se pretende fortalecer el valor agregado que se le dará a cada prenda producida además de manejar los mejores materiales con una calidad superior al de la competencia en cuestión. Cabe destacar que con la problemática actual que está viviendo chile mencionada anteriormente el riesgo de inversión en ese país aumenta, la moneda se devalúa, el desempleo aumenta y el PIB disminuye con respecto al año anterior, estos factores son determinantes para poder establecer un plan de negocios que permitan llevar nuestro producto al mercado chileno ya que nuestra inversión se puede ver afectada.



INSTITUCION UNIVERSITARIA POLITECNICO
GRANCOLOMBIANO

PROYECTO DE FORMACIÓN

Inversión Directa

Para la realización de este proyecto se pedirá un préstamo a un banco Colombiano, por el 60% de la inversión total con una tasa de interés del 2,11% Mes Vencida. El 40% restante se tomará de inversionistas, la totalidad de la inversión será nacional para evitar un sobre cargo en intereses y en cuanto a la variación en la tasa cambiaria.

La mano de obra en su totalidad será nacional, así mismo la tierra ya que las instalaciones de producción se encuentran en territorio nacional (Medellín y Bogota). La tela con la que se fabrica la ropa es netamente colombiana, se produce en Don Matías - Medellín. En definitiva para este proyecto no se necesita de inversión extranjera no solo por el riesgo cambiario si no porque el capital, la mano de obra y la tierra que son los pilares necesarios se pueden conseguir en territorio nacional, es totalmente innecesario incurrir en gastos adicionales (importaciones y operaciones de cambio) y a su vez es una gran oportunidad para generar empleo y mayores ingresos a nacionales.

Contando con una inversión inicial de \$100.000.000 y calculando tener ingresos anuales de:

- Primer año: \$35.000.000



- Segundo año: \$45.000.000
- Tercer año: \$55.000.000
- Tendremos una Tasa Interna de Retorno del 15%.

Análisis financiero			
SAYME S.A.S			
ACTIVO			
	Costos fijos	\$ 248.533.696	
	Producción	\$ 52.130.000	
	Inversiones	\$ 6.632.321	
	Otros costos		
Total corriente		\$ 307.296.017	
ACTIVO NO CORRIENTE			
	Inmuebles - Maquinaria y equipos	\$ 350.405.270	
	Capital de trabajo	\$ 466.212.128	
	Utilidad	\$ 81.545.516	
Total no corriente		\$ 898.162.914	
PASIVO			
	Proveedores	\$ 37.469.547	
	Arriendo	\$ 16.000.000	
	Nómina	\$ 41.405.800	
	Servicios públicos	\$ 11.799	
	Servicio de aseo	\$ 11.799	
	Impuestos	\$ 24.262.727	
Total corriente		\$ 119.161.672	
PASIVO NO CORRIENTE			
	Prestamos bancarios	\$ 243.800.687	
Total no corriente		\$ 243.800.687	

PROPUESTA DE VALOR

- La empresa SAYME, cuenta con más de treinta años en el sector textil de nuestro país, siendo además una de las empresas más reconocida a nivel nacional.
- Como somos fabricantes de nuestras propias telas podemos ofrecer precios competitivos de manera unitaria como masiva.
- Tenemos diseños únicos y originales de nuestra cultura Wayuu los cuales son muy llamativos y nos permiten dar ese valor agregado que algunas personas buscan en un producto terminado.



INSTITUCION UNIVERSITARIA POLITECNICO
GRANCOLOMBIANO

PROYECTO DE FORMACIÓN

- Al ser estos diseños únicos en el mercado, obtenemos una ventaja frente a la competencia en esta línea de producción de ropa interior femenina.
- Adicionalmente, se fomenta el trabajo de madres cabeza de familia aumentando así la fuerza de producción generando capacidad de producción masiva y apoyando el desarrollo de muchas familias.

CONCLUSIÓN

De acuerdo con el análisis financiero establecido por el proyecto, se puede concluir que la compañía tiene los activos suficientes para solventar los pasivos que tiene o pudiera tener en el proceso de producción de la línea de ropa interior femenina.

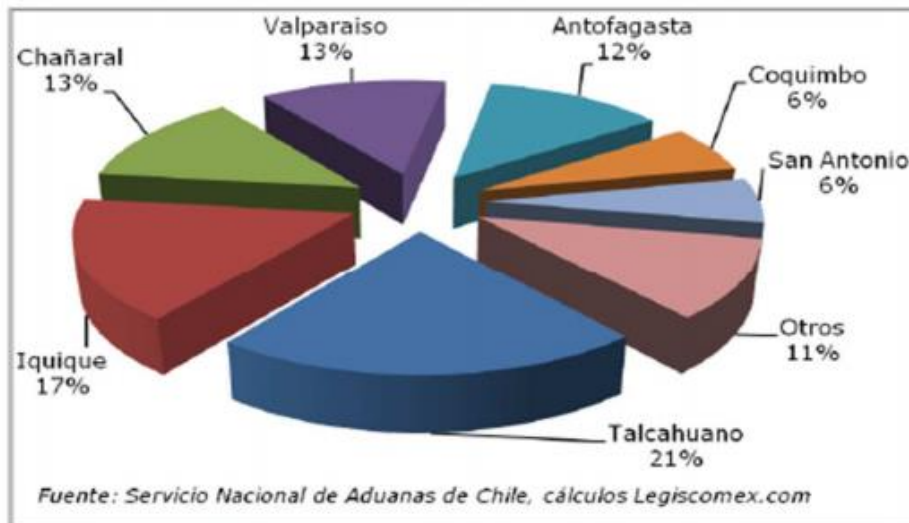
Basándonos en que Chile es un país con filosofía democrática en el que el pueblo siempre sale a luchar por sus derechos o aquellas injusticias que para ellos puedan ocurrir, esto afectaría la comercialización del producto, ya que pueden generar pérdidas en ventas en el tiempo que se ejecuten las protestas de la población chilena.

Se logró identificar que la empresa día a día debe generar un valor agregado, con el fin de poder competir con las demás empresas locales y extranjeras, y ser un referente a nivel mundial.

GRÁFICOS

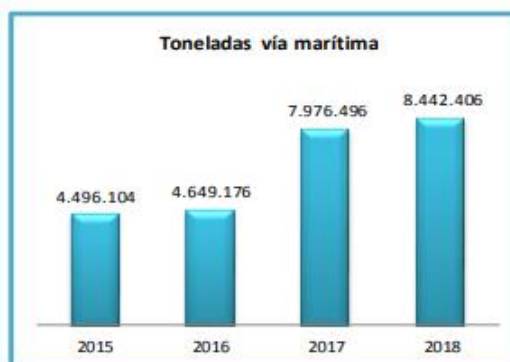
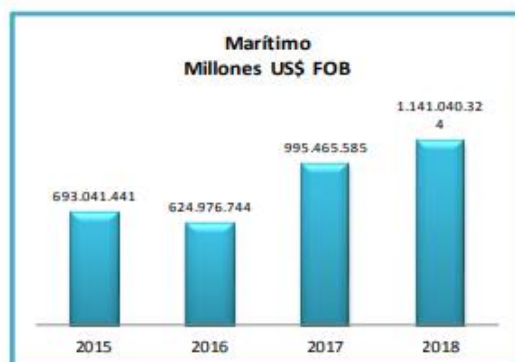
INDICADORES MACROECONÓMICOS	277.823	298.798	289.665	299.537	300.306	298.798	Tasa de Interés de Política Monetaria (%)	2,7	2,6	2,5	2,5	2,5	2,7
PIB (millones de US\$, últimos 12 meses)	277.823	298.798	289.665	299.537	300.306	298.798	BCU 5 (%)	1,0	1,2	1,2	1,2	1,0	1,3
Población (millones de personas)	18,4	18,8					BCU 10 (%)	1,4	1,7	1,8	1,6	1,6	1,6
PIB per cápita (US\$)	15.086	15.935					BCP 5 (%)	3,7	4,1	4,0	4,0	4,1	4,2
PIB per cápita PPP (US\$, FMI)	24.592	25.891					BCP 10 (%)	4,2	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5
PIB (desestacionalizado, anualizado)	1,3	4,0	4,7	5,3	2,6	3,6	M1 (nominal, promedio)	10,0	9,7	12,0	10,9	13,1	9,7
Formación bruta de capital fijo (% PIB, últimos 12 meses)	1,8	3,9	3,8	7,2	1,0	3,6	M2 (nominal, promedio)	4,6	10,7	7,4	10,6	9,9	10,7
PIB sector industria	-1,8	5,2	19,2	4,9	-1,9	1,3	M3 (nominal, promedio)	4,8	12,5	4,0	6,5	8,8	12,5
PIB sector minería	2,9	4,7	3,9	6,1	4,4	4,5	Colocaciones reales totales (salidos)	2,4	7,3	3,4	5,1	5,8	7,3
Demanda interna	-2,7	4,7	2,5	5,3	4,9	5,6	Colocaciones reales de consumo (salidos)	3,3	6,0	3,8	4,1	4,3	6,0
Formación bruta de capital fijo (% PIB, últimos 12 meses)	21,1	21,2	21,0	21,0	21,1	21,2	Colocaciones reales de vivienda (salidos)	7,7	6,7	7,8	6,5	6,0	6,7
Exportación de bienes y servicios	-1,1	5,0	8,2	7,2	1,3	3,3	Colocaciones reales comerciales (salidos)	1,1	7,2	3,2	5,0	5,9	7,2
Importación de bienes y servicios	4,7	7,6	5,6	10,4	8,0	6,6	Cuentas Fiscales						
Empleo (2)							Balance total gobierno central (% PIB, últimos 12 meses)	-1,6	-1,1	-0,1	0,0	-0,4	-1,1
Precios							Deuda bruta gobierno central (% PIB)	23,6		23,5	23,7	25,0	
IPC (dic./dic.) (2)	2,3	2,6	2,0	2,2	2,8	2,8	Deuda neta gobierno central (% PIB)	4,4		5,0	4,6	5,2	
IPCX (dic./dic.) (2)	1,9	2,1	1,7	1,8	2,1	2,0	Deuda bruta Banco Central (% PIB)	10,5		10,3	9,9	9,6	
IPCY1 (dic./dic.) (2)	1,9	2,1	1,6	1,7	1,9	1,9	Deuda neta Banco Central (% PIB)	-3,0		-2,4	-3,0	-3,6	
Costo de la mano de obra (nominal, dic./dic.) (3)	5,7	4,6	5,3	5,0	4,1	4,0	Deuda bruta consolidada (% PIB)	33,7		33,6	33,4	34,3	
Tipo de Cambio							Deuda neta consolidada (% PIB)	1,4		2,6	1,6	1,6	
Tipo de cambio nominal	-4,1	-1,4	-8,2	-6,6	2,9	7,2	Deuda bruta empresas públicas (% PIB)	8,5		8,3	8,8	8,7	
Tipo de cambio nominal (\$/US\$)	649,3	640,3	602,1	620,9	662,1	678,7	Deuda neta empresas públicas (% PIB)	7,6		7,4	7,7	7,5	
Tipo de cambio nominal multilateral	-4,0	-3,2	-4,2	-5,8	-2,5	-0,2	Condiciones Externas						
Tipo de cambio real	-2,6	-1,2	-3,1	-3,8	0,0	2,1	PIB mundial PPC	3,7		3,8	3,7	3,7	
Tipo de cambio real (1986=100)	91,9	90,8	88,6	89,8	92,1	92,8	PIB socios comerciales	3,9		3,5	3,8	3,7	
Sector Externo							PIB no socios comerciales	0,2		0,3	0,3	0,3	
Cuenta corriente (% PIB, últimos 12 meses)	-2,2	-3,1	-1,7	-1,8	-2,3	-3,1	Términos de intercambio			5,8	0,3	-4,8	-7,8
Exportación de bienes (millones de US\$, fob) (5)	68.859	75.452	19.397	19.045	17.827	19.183	Precio del cobre (US\$/lb, BML)	2,8	3,0	3,2	3,1	2,8	2,8
Exportación de bienes (volumen) (6)	-1,9	6,1	10,0	8,8	2,2	3,6	Precio del petróleo (US\$/baril, WTI)	50,9	64,8	62,9	67,9	69,7	58,8
Mineras	-3,6	4,7	11,3	8,8	1,2	-0,9	Spread EMBI global (puntos base)	130,3	132,8	116,7	133,7	136,3	144,7
Cobre	-3,6	4,9	12,9	9,1	0,3	-0,7	Bono del gobierno de EE.UU. a diez años (promedio, %)	2,3	2,9	2,8	2,9	2,9	3,0
Industriales	0,7	5,4	7,0	7,7	1,0	6,4	Notas:						
Agrícolas	-3,6	18,5	23,5	14,8	14,9	17,3	(1) La información corresponde a variaciones interanuales obtenidas a partir de los series de volumen y precios del sector externo en su totalidad, basadas en la compilación de diferencia 2013 a menos que se indique lo contrario.						
Importación de bienes (millones de US\$, fob)	61.500	70.783	16.446	17.563	17.897	18.878	(2) Desde enero del 2014 se utiliza la nueva metodología del INE con base año 2013=100.						
Importación de bienes (volumen) (6)	5,0	8,9	6,8	11,9	8,2	8,6	(3) A partir del 2017 se utiliza la nueva metodología del INE con base año 2016=100.						
Consumo	13,0	8,4	10,3	8,7	9,4	5,5	(4) Esta razón se obtiene usando el tipo de cambio promedio del período.						
Intermedios no combustibles	0,4	9,9	8,0	14,5	6,9	10,2	(5) Exportaciones coherentes con la nueva metodología publicada en marzo del 2012.						
Combustibles y lubricantes	3,6	2,7	-3,5	10,6	1,4	2,3	(6) Serie reevaluada en marzo del 2012. Tasa de variación de quantum considerándose indicadores que utilizan metodología coherente con Cuentas Nacionales.						
Capital	2,4	12,2	6,5	13,0	13,5	15,3	Fuentes:						
RIN (% PIB, últimos 12 meses) (4)	13,3	14,5	12,6	12,8	13,0	14,5	Comité de Inversiones Extranjeras, Banco Central de Chile, Instituto Nacional de Estadísticas, Dirección de Presupuestos del Ministerio de Hacienda, Bloomberg y FMI.						
Reservas Internacionales (millones de US\$)	38.983	39.861	38.104	36.987	37.134	39.861							
Deuda externa total (% PIB, últimos 12 meses)	61,5	67,1	60,4	61,4	63,1	67,1							
Deuda externa total (millones de US\$)	180.184	184.440	183.411	177.231	180.188	184.440							

Principales aduanas en movilización de carga exportada por Chile:



Por su parte, las aduanas que se destacaron en la salida de productos chilenos fueron Talcahuano que movilizó 9,3 millones de toneladas; Iquique, con 7,3 millones de toneladas; Chañaral y Valparaíso, con 5,7 millones de toneladas, respectivamente, y Antofagasta, con 5,5 millones de toneladas.

Exportaciones colombianas



Fuente: DANE - Procesados por Procolombia

Exportación

Indicador	Chile	OCDE
Tiempo para exportar: Cumplimiento fronterizo (horas)	60	12
Costo para exportar: Cumplimiento fronterizo (USD)	290	139
Tiempo para exportar: Cumplimiento documental (horas)	24	2
Costo para exportar: Cumplimiento documental (USD)	50	35

Importación

Indicador	Chile	OCDE
Tiempo para importar: Cumplimiento fronterizo (horas)	54	9
Costo para importar: Cumplimiento fronterizo (USD)	290	100
Tiempo para importar: Cumplimiento documental (horas)	36	3
Costo para importar: Cumplimiento documental (USD)	50	25

Fuente: [Doing Business 2018](#)

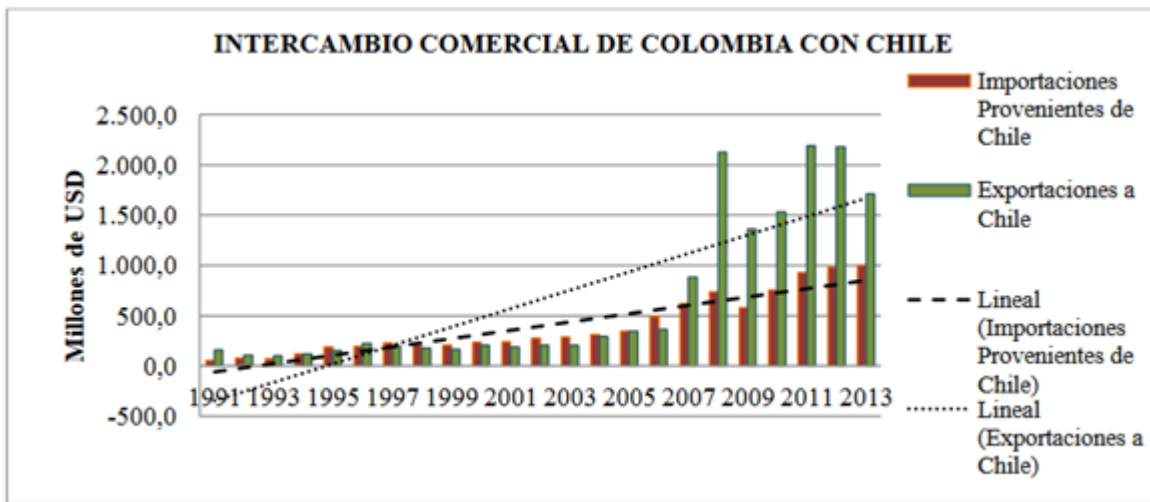


Sistema de Información Comercial
Logística de Exportación
Reporte de Tarifas de Transporte Aéreo por Ruta



País Origen: Colombia
País Destino: Chile
Punto Embarque: TODOS
Punto Desembarque: TODOS

Comercializador	Aerolínea	Punto de Embarque	Punto de Desembarque	Nombre Tipo Producto	Nombre de Producto	Escala	Valor Tarifa	Moneda Tarifa	Pago Flete	Recargo	Valor Recargo	Moneda Recargo	Fecha Actualización
Empresa 8474	Aereo 27821	Bogota	Santiago de Chile	Carga general	Carga General	Mínima	100,00	USD	Prepago (PP)	Sin Recargo		USD	4/1/2016
						-45 KGS	5,28	USD	Prepago (PP)	Due carrier	25,00	USD	4/1/2016
						+45 KGS	3,48	USD	Prepago (PP)	Due carrier	25,00	USD	4/1/2016
						+100 KGS	3,08	USD	Prepago (PP)	Due carrier	25,00	USD	4/1/2016
						+300 KGS	2,25	USD	Prepago (PP)	Due carrier	25,00	USD	4/1/2016
						+500 KGS	2,05	USD	Prepago (PP)	Due carrier	25,00	USD	4/1/2016



Fuente: elaboración propia, datos Banco de la Republica de Colombia - DANE – DNP -DIRECON, 2015.



INSTITUCION UNIVERSITARIA POLITECNICO
GRANCOLOMBIANO

PROYECTO DE FORMACIÓN

Bibliografía

1. Chile en cifras 2019. (n.d.). Retrieved from https://www.ine.es/prodyser/esta_cifras/2019/14/#zoom=z
2. Mercantilismo. (2019, October 26). Retrieved from <https://es.wikipedia.org/wiki/Mercantilismo>
3. Modelo de mapa conceptual el mercantilismo. (n.d.). Retrieved from <http://tegonzalezocp.blogspot.com/2013/03/blog-post.html>
4. Procolombia 2019
5. Gomez Ignacio, El consumidor de flores en EEUU, Legicomex: Herramienta especializada para la gestión del comercio exterior, 2009.

LINK VIDEO OPCION DE GRADO

<https://www.youtube.com/watch?v=6Db5nrd50Aw&feature=youtu.be>